



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**La innovación como factor de cambio en el emprendimiento de
las organizaciones. Revisión sistemática de la literatura**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Narváez Pérez, Gisella Nataly (ORCID: 0000-0002-2754-6746)

Yale Flores, Andrea Milagros (ORCID: 0000-0001-6141-0853)

ASESOR:

Dr. Illa Sihuincha Godofredo Pastor (ORCID: 0000-0002-2532-3194)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA — PERÚ

2021

Dedicatoria

Esté presente estudio de investigación está dedicado a Dios, a nuestros padres, familiares y docentes, porque ellos con su conocimiento, motivación y apoyo incondicional nos brindaron el impulso para poder culminar, asimismo, en memoria de aquellas personas que hoy en día no se encuentran entre nosotros pero que nos cuidan desde el cielo.

Agradecimiento

A los docentes de la Universidad César Vallejo, quienes nos han podido orientar y hacer posible este trabajo; también por el apoyo, confianza y motivación a nuestro asesor de tesis Illa Sihuincha Godofredo Pastor por su dedicación que estuvo pendiente en nuestro trabajo de investigación.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	9
III. MÉTODOLOGÍA	16
3.1. Tipo de investigación	16
3.2. Protocolo y registro	17
3.3. Criterios de elegibilidad	17
3.4. Fuentes de información	18
3.5. Búsqueda	18
3.6. Selección de los estudios	19
3.7. Proceso de extracción de datos	20
3.8. Lista de datos	21
3.9. Síntesis de resultados	23
3.10. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	36
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	40
ANEXOS	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Objetivos de la investigación</i>	7
Tabla 2 <i>Protocolo y registro</i>	17
Tabla 3 <i>Criterio de elegibilidad</i>	18
Tabla 4 <i>Fuentes de información</i>	18
Tabla 5 <i>Criterio de búsqueda</i>	19
Tabla 6 <i>Resultado de filtrado semi-automático y proceso manual</i>	20
Tabla 7 <i>Lista de datos</i>	21
Tabla 8 <i>Publicaciones por revistas desde 2017-2021</i>	22
Tabla 9 <i>Búsqueda por cuartil</i>	23
Tabla 10 <i>Matriz de categorización</i>	29

Índice de gráficos y figuras

	Pág.
Figura 1 <i>Proceso extracción de datos</i>	24
Figura 2 <i>Estadísticas de la búsqueda por año 2017-2021</i>	26
Figura 3 <i>Estadísticas por la búsqueda de cuartil</i>	27

Resumen

La investigación tuvo como objetivo analizar la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones, bajo los enfoques de gestión, visión estratégica y propuesta de valor, factores que aportan cambio y diferenciación en las organizaciones. Para la revisión sistemática fueron seleccionados 21 artículos provenientes de repositorios indizados como Proquest, Science Direct, Ebsco y Latindex, priorizando los cuartiles uno y dos. El artículo revisa y analiza los principales aportes sobre el estudio de la variable, profundizando aspectos no resueltos en las experiencias investigativas. Se concluye que la innovación desarrolla muchos desafíos en las empresas de lo cual deben adaptarse a los nuevos cambios que exigen el mercado, por lo tanto; la innovación tiene un efecto positivo directo sobre el crecimiento. Se ha demostrado que una empresa para que sea sostenible debe aplicar estrategias, determinar una estructura organizativa, procesos diferentes, sistemas de recompensas y requiere personas mentalizadas al cambio. Impulsar las capacidades o habilidades brindando un desempeño competitivo, a través de una adecuada gestión, por ello al crear un valor en la innovación, las empresas se esforzarán en mantenerse para sobresalir en el mercado. Se recomienda estudiar a profundidad el comportamiento del emprendedor frente a la innovación como factor de cambio.

Palabras clave. Proceso, adaptación, tecnológico.

Abstract

The objective of the research was to analyze innovation as a factor of change in the entrepreneurship of organizations, under management approaches, strategic vision and value proposition, factors that bring change and differentiation in organizations. For the systematic review, 21 articles were selected from indexed repositories such as Proquest, Science Direct, Ebsco and Latindex, prioritizing quartiles one and two. The article reviews and analyzes the main contributions to the study of the variable, deepening unresolved aspects in the research experiences. It is concluded that the innovation develops abundant challenges in the organizations of which they must adapt to the new changes that the market demands, therefore; innovation has a direct positive effect on growth. It has been shown that a company to be sustainable applies strategies, determines an organizational structure, different processes, reward systems and requires people who are aware of change. Boost capabilities or skills by providing competitive performance, through proper management, therefore, by generating value in innovation, companies will strive to stay to excel in the market. It is recommended to study in depth the behavior of the entrepreneur in the face of innovation as a factor of change.

Keywords. Process, adaptation, technological.

I. INTRODUCCIÓN

El capítulo uno de la investigación profundiza a la innovación como los procesos de cambios inesperados que hay en las organizaciones y como afecta en un mediano y largo plazo; buscando como respuesta a este fenómeno propuestas creativas y adaptándolo a otras alternativas de mejora. Como parte del desarrollo definimos a los factores que resultaron componente de cada variable principal mediante los artículos científicos, señalando el planteamiento de investigación con la finalidad de restaurar los estudios de las revisiones sistemáticas como contexto sobre innovación como factor de cambio en el emprendimiento; también recalcando las justificaciones y formulando los objetivos de la investigación.

En el entorno empresarial actual, es promovido por la tecnología, por lo tanto resultó ser competitiva, la innovación se está convirtiendo en la estrategia vital para ser efectiva, fortaleciendo la supervivencia dentro de la organización (Bagheri et al., 2019, p.1); siendo el motor que convierte las ideas en valor, generando resultados positivos en los clientes o usuarios; por lo tanto, debe funcionar de manera continua en todas las organizaciones, es necesario coordinar y explorar nuevas oportunidades ofreciendo alternativas a las necesidades de los clientes potenciales (Arzubiaga et al. 2018, p.45); tales empresas se encargan de cambiar lo ya existente con el propósito de incrementar el valor del producto o servicio, así como en su valor. La importancia de la innovación ha ido creciendo durante los años convirtiéndose en un factor imprescindible en las empresas con el objetivo de ser más competitivos generando bienes y servicios de alto impacto (López et al., 2018, p.2). Para generar beneficios en la organización es necesario un resultado de búsqueda consistente para encontrar oportunidades que permitan seguir activos en el mercado sin perder la participación (Fernández et al., 2017, p.5). Actualmente en la sociedad de la innovación el que tiene el poder es el consumidor porque perfecciona sus necesidades y acondiciona a su estilo de vida.

Finalmente, la mejora continua renueva e implementa la novedad y lo llamativo optimizando los procesos y perfeccionando lo que se va transformando (Fuetsch & Suess, 2017, p.8).

De acuerdo a las evidencias obtenidas los estudios de Estados Unidos la innovación es la capacidad que hay dentro de la organización e implementa los sistemas de comercialización que hace realidad las ideas novedosas poniendo en

práctica los factores esenciales y primordiales de las empresas ayudando a alcanzar los objetivos planteados (López et al., 2018, p.2). En Europa se demostró que las variables de innovación y emprendimiento estuvieron conectados a las expectativas de los usuarios buscando resultados favorables en los negocios; de modo que, la innovación revela que la creatividad empieza desde los procesos tales como producto o servicio altamente competitivo en el mercado para que la diferenciación y distinción del precio se vea reflejada en su valor (Fernández et al., 2017, p.5). En el continente de Asia hay un fuerte vínculo entre la innovación y el emprendimiento porque ayuda a implementar los nuevos modelos de negocios atractivos y significativos y se consiga mejores resultados frente a sus consumidores (Lounsbury et al., 2018, p.2); en Europa se visualizó que las empresas consiguen información en base a los resultados alcanzados manteniendo una ventaja competitiva frente a sus competidores (Fuetsch & Suess, 2017, p.8).

A continuación, se explicará los presentes factores de las variables de estudio según los artículos de investigación

En primer lugar, la categoría de la innovación de productos y servicios trae como resultado ampliar otras posibilidades de incrementar los bienes específicos, utilizando las técnicas productivas más eficientes con el fin de buscar nuevas oportunidades en el mercado. Los emprendedores se esfuerzan por innovar sus productos y servicios para obtener un mayor crecimiento fortaleciendo la participación frente a sus competidores (Sharma & Vivarelli, 2018, p.4). Innovar e introducir los bienes y servicios implica modificar las nuevas tendencias en el sector organizacional hasta crear nuevos productos innovadores modificando lo que aún persiste (Tseng et al., 2019, p.3). Lo más importante es superar las expectativas de los consumidores, por ello es indispensable priorizar a la creatividad como factor clave a la innovación para fortalecer lo que ya existe en los emprendimientos (Calabrese et al., 2018, p.53). Mejorar los productos que existen permite alcanzar técnicas novedosas dentro del rendimiento y control de los bienes y servicios. Por otro lado, innovar un producto consiste en cautivar la experiencia del consumidor (Flikkema et al., 2019, p.12).

De acuerdo a lo mencionado, la innovación según los productos y servicios en América del Sur determinó mantener una visión de mejorar la calidad y servicio teniendo en cuenta a los tipos de consumidores en cada una de sus necesidades

como consecuencia (Sharma & Vivarelli, 2018, p.4); cabe señalar, que en Europa se evidenció que la incorporación de nuevos productos son influenciados a productos ya conocidos en el mercado, es necesario captar la atención del cliente mediante las estrategias y ejemplos aporten a incrementar sus ingresos creando otros productos que aún no se encuentran en el mercado (Tseng et al., 2019, p.3); se demostró que en América del Norte, las innovaciones fueron cambiando a medida que la estructura fue flexible para los clientes, pero conservando su esencia. Según los avances de la ciencia y tecnología las organizaciones crean una rivalidad marcando a la innovación como una mejor alternativa de avance (Calabrese et al., 2018, p.3); dado que en Asia los emprendedores impulsando a las empresas innovadoras integrarse al mercado valorando el esfuerzo de cada idea de negocio; asimismo, la innovación depende del proceso que se ejecute según los bienes y servicios, con el fin de posicionarse en la mente del consumidor (Flikkema et al., 2019, p.12).

Como segundo lugar; los procesos de innovación, son los conjuntos de ideas que fueron trasladadas a la realidad fortaleciendo a la organización. Los estudios engrandecen los procesos innovadores dentro de una buena planificación, y control (Jong & Alt, 2018, p.8). La creatividad potencia a las organizaciones plasmando las ideas, para luego convertirlas en proyecto. Para generar nuevas innovaciones y estas perduren, es fundamental mejorar la participación de los emprendedores en el mercado (Secundo & Passiante, 2018, p.5). Cabe señalar que la innovación normalmente genera riesgos de aventurarse a lo desconocido y sus resultados son difíciles de predecir en el emprendimiento (Martín, 2018, p.7); en general, la innovación ayuda a mejorar el desarrollo de la capacidad emprendedora insertando los conocimientos en ideas diferentes dentro de una perspectiva para manejar la atención a los consumidores (Malerba & McKelvey, 2019, p.2). Las organizaciones señalaron que los emprendedores son responsables de introducir los objetivos comerciales capacitados de conservar las estrategias y los procesos, alcanzando un valor económico (Tseng & Tseng, 2019, p.5).

De acuerdo a las evidencias encontradas, los procesos de innovación en la India identificaron que los cambios positivos que hubieron en las organizaciones emprendedoras se incluyera la satisfacción de los consumidores con motivo de que la innovación adapte nuevas ideas de emprendimiento (Bacq & Alt, 2018, p.8); se

evidenció que en Asia la creatividad es una potencia para las organizaciones subdesarrollada que toma riesgos de probar nuevos productos con el fin de poder cubrir las necesidades en sus clientes (Secundo & Passiante, 2018, p.5); según los estudios realizados en Europa analizaron que cada proceso sigue una determinada causa estableciendo la innovación mejorada, lo cual presume que normalmente hay riesgos dentro de las organizaciones innovadoras; no obstante, la incertidumbre es interna y externa así como conocida por todo emprendedor (Martins, 2018, p.7); en efecto, en América del Norte expresa que las organizaciones perfeccionan las capacidades con el método de la lluvia de ideas a partir de los conceptos de emprendimiento y gracias a los cambios constantes de la organización fortaleciendo los modelos de innovación (Malerba & McKelvey, 2019, p.2); las organizaciones en América del Norte ocupan diversos compromisos desde los procesos identificando a los objetivos como las tácticas innovadoras en el emprendimiento que generan en poco tiempo las estrategias adecuadas para ejecutar un mejor rentabilidad (Tseng & Tseng, 2019, p.5).

En tercer lugar, la innovación organizacional dio a conocer las oportunidades que originaron el crecimiento estratégico de mejorar las ideas innovadoras optimizando la productividad y eficiencia (Flikkema et al., 2019, p. 12); los líderes jugaron un rol fundamental en el clima organizacional creando un alto espíritu empresarial en el factor humano (Tseng & Tseng, 2019, p.20). Los emprendedores destacaron que los objetivos involucrados en empresa sean altamente valorados (Kamala & Mat, 2018, p.2); además que, los desafíos que se tuvieron por afrontar sean consideradas durante los nuevos cambios; de modo que, el emprendedor controle, innove, cree y establezca los nuevos modelos de negocios en las organizaciones (Haskel & Westlake, 2018, p.6); asimismo los pequeños empresarios manejan recursos que ayuda a sobresalir en el mercado desde de toda innovación (Arzubiaga et al., 2018, p.4).

De acuerdo con los aportes mencionados, en América del Sur la innovación organizacional reemplazó la búsqueda de información de ideas internas y externas creando modelos de negocio mejorando la calidad de vida (Flikkema et al., 2019, p. 12); se reveló que en Europa hubo cambios constantes con una participación evidente de la tecnología. Los emprendedores se vieron obligados a realizar cambios dentro y fuera de la empresa para evitar desaparecer del

mercado (Tseng & Tseng, 2019, p.20); en Asia, señalaron que la investigación estudiada fue difundida en la organización como un conflicto de resultar eficientes; no obstante, los estudios realizados en América del Norte, evidenciaron que los cambios en la innovación resultaron ser drásticas para los emprendedores durante un tiempo (Kamal & Mat, 2018, p.2); El emprendedor tomó decisiones para efectuar nuevos emprendimientos ; por esa razón, buscó otras maneras de innovar (Haskel & Westlake, 2018, p.6); durante el estudio y desarrollo en la innovación en las industrias chilenas, hubo evidencias que mientras hay más implementación y mejoras de las innovaciones organizacionales también optaron innovarse en sus procesos y productos (Geldes, Felzensztein & Palacios, 2017. p. 4).

Como cuarto lugar tenemos a la innovación incremental y radical, resultan ser aportes internos sobre la causa de innovar los proyectos radicales para elevar el éxito en los emprendedores; de modo que, sostiene la comunicación intra e interpersonal ayuda a mejorar lo que ya existe mediante estrategias innovadoras (Nguyen, 2018, p.10); sin embargo; genera el cambio en ambos proceso del producto o servicio con el fin reducir costos para aumentar la eficiencia mediante sus creaciones; en consecuencia, las empresas crean valor adicional en cada productos y servicios mejorados (Nguyen et al., 2019, p.20). La capacidad de crear algo novedoso depende de la magnitud que una empresa emprendedora busque superar sus límites (Woschke et al., 2017, p.60); según las corrientes de investigación, creación, difusión de conocimiento y espacio están relacionadas con el emprendimiento en las organizaciones innovadoras (Piñeiro et al.,2019, p.8).

De acuerdo a las evidencias, en Asia los emprendimientos radicales consiste en obtener buenos resultados conforme a los como procesos y métodos de mejora por medio de los cambios constantes (Nguyen, 2018, p.10); sin embargo, los emprendedores generan un valor agregado perfeccionando sus productos y servicios obteniendo una evaluación adecuada por parte de los clientes (Nguyen et al., 2019, p.20); en efecto, la ausencia de información consideró una brecha desde la innovación que dependía de cada organización sosteniendo sus limitados recursos (Woschke et al., 2017, p.60); por lo tanto, en Italia el intercambio de conocimientos señaló que hay aprendizajes donde las organizaciones manifestaron cambios en las innovaciones introduciéndolas en el mercado (Piñeiro et al., 2019, p.8).

Como quinta lugar se tiene la innovación disruptiva (DI), que se encarga de crear nuevos productos transformando los ya existentes mediante las innovaciones manteniendo un capital moderado (Guttentag & Smith, 2017, p.4). La innovación disruptiva estuvo relacionada con el posicionamiento en el mercado, sobre con sus productos y también servicios. (Si et al. 2020. p.5); además que, para apreciar su importancia de debieron analizar los cambios desde las perspectivas de otros emprendimientos. Esto es comprensible porque las empresas de todo el mundo se enfrentaron a grandes desafíos, desde la creciente demanda de los consumidores que encontraron constantes cambios, revelando que los períodos de vida en el mercado reflejaron ser más cortos (Tyfield, 2018, p.3); en tanto que, las empresas abordaron con éxito la disrupción reemplazando sus actividades innovadoras como cambio en las organizaciones (Pandit et al., 2018, p.10).

Según las evidencias en Europa, se describió que la innovación disruptiva son procesos de mejora desde que las economías emergentes fueron detectadas al paso del tiempo (Guttentag & Smith, 2017, p.23); dichas las empresas en América del Norte los competidores manejaron diversas propuestas de captando la atención de los clientes analizando los cambios desde la innovación (Tyfield, 2018, p.3); se pudo deducir que en Asia los mercados insatisfechos promovieron una alta demanda de productos que buscaron ser innovados emprendiendo un impacto en la visión con los consumidores cómo ayudando a resolver las necesidades de forma efectiva (Pandit et al., 2018, p.15); asimismo en América del Sur, la DI adoptó el cambio tecnológico despertando la incertidumbre y resistencia de las actualizaciones tecnológicas creando modificaciones que resultaron ser atractiva en el mercado con las estrategias de mejoras en los productos (Si et al. 2020. p.5).

Como sexto lugar tenemos la innovación tecnológica, cabe señalar que la innovación en China fue reconocida por los impactos que ocuparon sus tecnologías apoyados de los aprendizajes que hay en las pequeñas empresas relacionando al emprendimiento en una transformación digital según señala se cumplió un prolongado periodo captar la atención de los consumidores para que la innovación emprendedora surgiera en las organizaciones (Mohsen et al.,2020, p.14); asimismo en Rusia se analizó que los conocimientos tecnológicos mantuvieran como fuentes primordiales la tecnología de punta para que el emprendimiento resulte innovador eligiendo estrategias para afrontar a sus competidores y la competencia o rivalidad

sea generada por los cambios positivos (Yoon et al., 2018, p.3). Se conoce que los recursos basados en la tecnología e infraestructuras digitales mantienen un vigor emprendedor dentro de los ámbitos tecnológicos, por medio donde se fue optimizando el posicionamiento en el mercado (Autio et al., 2018, p.9); las plataformas de innovación ayudaron a mantener cada producto introducido consiguiendo un óptimo refuerzo. E necesario manejar una información clara basada de conocimientos, experiencia resaltando que los emprendimientos sobresalgan fijando un mercado con un alto potencial apoyado de sus recursos (Rudra & Mahendhiran, 2020, p.7).

Según las evidencias en el continente de Asia, la innovación consiguió que los cambios tecnológicos en la organización definan que las pequeñas empresas emprendedoras fueran conocidas por los consumidores dentro del factor del emprendimiento. La era tecnológica impactó en las organizaciones emprendedoras buscando mejorar en sus teorías para cambiarlas a la práctica (Mohsen et al., 2020, p.14). Asimismo, el conocimiento tecnológico que hubo en el emprendimiento se encargó de crear, entregar y modificar su valor (Yoon et al., 2018, p.3). Los emprendimientos digitales propusieron ampliar nuevas organizaciones perdurando en el tiempo y estableciendo ideas tecnológicas desde los diversos rubros de emprendimiento (Autio et al., 2018, p.9); reducir costos implicaba detener los tiempos con el único fin de profundizar el libre acceso que involucraba dejar de innovar y detener los recursos (Rudra & Mahendhiran, 2020, p.7).

En la investigación se encuentra un aspecto importante como el planteamiento del problema, que se interpreta en lo que no se conoce. En otras palabras, señala que el planteamiento del problema es el proceso del cual que distingue la realidad de la mente con el propósito de abordar la atención de un medio en específico (Baena, 2017, p.55); de modo que, la investigación exige observar las dificultades que existen dentro de la organización o estudio de los climas laborales, compromiso organizacional, productividad, rentabilidad, tiempo y costo. Luego de ejecutarse la revisiones teóricas y conceptuales del problema a investigar (Carhuancho et al., 2019, p.26); por tal motivo, se planteó el problema sobre la necesidad de restablecer el estudio de revisiones sistemáticas conforme a la innovación y el emprendimiento en las organizaciones.

La justificación resulta argumentativa porque presenta los principios que origina los estudios o proyectos (Hernández et al., 2018, p.152). Toda búsqueda científica cumple un fin, tanto teórico como práctico, manifestando la ausencia del desarrollo de la investigación, explorando los orígenes gracias a sus resultados la justificación no está completa si solo se discute si se encuentra a favor, (Chaverri, 2017, p.187).

La justificación teórica asume como finalidad plantear debates y reflexiones para que la investigación genere resultados obtenidos en la presente investigación; asimismo, aporta ideas para las recomendaciones futuras (Gallardo, 2017, p.33); dado que, la siguiente investigación indicó profundizar e informar las evidencias; igualmente como aporte y ayuda dentro de un estudio profundo para la investigación (Hernández et al., 2017, p.40).

La justificación metodológica muestra las razones por la cual se respalda o utiliza los medios como modelos e instrumentos (Fonseca & Corona, 2017, p.3) este proceso metodológico es ordenado y sistematizado del análisis y síntesis en relación con la investigación (Monsalve et al., 2018, p.221), de acuerdo a lo expuesto, anteriormente se obtuvo artículos científicos registrados en la plataforma MIAR, con artículos relacionado a las variables de innovación y emprendimiento.

Finalmente, la justificación social, sostiene que los aportes del trabajo de investigación son la solución en la problemática dentro de las sociedades (Hernández et al. 2014, p.67). La innovación influye en el individuo defendiendo a los emprendedores con visión que ayuda a superar a sus competidores (Bartz 2016, p.3); se toma la investigación y desarrollo las innovaciones como parte esencial que indica las variables a determinar, que sirven como fuente para la correcta formulación y recolección de datos (Hernández et al., 2018, p.59).

Tabla 1

Objetivos de la investigación

Orden	Descripción
Objetivo 1	Revisar la literatura y actualizar el estudio de las revisiones sistemáticas en base a la clasificación de la innovación como el factor de cambio en las organizaciones.
Objetivo 1a	Analizar las categorizaciones en base a la estrategia orientada al estudio de la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones.
Objetivo 1b	Analizar las categorizaciones en base a la gestión orientada al estudio de la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones.
Objetivo 1c	Analizar las categorizaciones en base a la propuesta de valor orientada al estudio de la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones.

Nota. La tabla 1 muestra los objetivos tanto general como específicos los cuales indican lo que se espera alcanzar en la revisión sistema

II. MARCO TEÓRICO

El capítulo II, se especifica que la información necesaria sobre la innovación y el emprendimiento, es sustancial indagar teorías, objetivos, diseño, conclusiones y recomendaciones que a futuro vigorizan y ayudan a alcanzar con exactitud algunos factores definiendo el proceso de reclutamiento, además de indicar las categorías del proyecto. Se estudiaron revistas indizadas que contiene enfoques cualitativo y mixto, señalando que la información debe conservar coherencia, buena estructura y resaltando la lógica aceptando los análisis de los sucesos acontecidos, apoyando fijación de la búsqueda según los datos manifestados. El marco teórico desarrolla la representación del problema frente a las suposiciones de la investigación.

Escobar et al., (2021); indica como objetivo alcanzar la excelencia empresarial para expandir y actualizar esta corriente menor de investigación colocados en la intersección de la innovación, emprendimiento y comportamiento organizacional. La metodología realizamos una revisión sistemática de la literatura como enfoque cualitativo. Como conclusión la adopción de innovaciones por parte de los consumidores mejora cuando participa una comunidad Algunas empresas nuevas requieren más esfuerzo de investigación que otras y, por lo tanto, un mayor nivel de experiencia. la estructura informal de tales empresas podría delinear algunas limitaciones específicas u ofrecer oportunidades inesperadas para la creación de valor que generalmente no se conocen en las empresas más grandes. Esta brecha de investigación es fundamental para la teoría y la práctica porque las PYME pueden desempeñar roles muy diferentes en la innovación y el espíritu empresarial de los usuarios en comparación con las corporaciones más grandes. La recomendación señala que el liderazgo empresarial es un tema joven pero cada vez más relevante sobre pequeñas empresas encarecidamente realizar más investigaciones sobre líderes empresariales individuales, como suelen ser los empresarios usuarios.

Kraus et al., (2017); el objetivo es proporcionar un mapeo completo sobre las aplicaciones empresariales y examinar los subcampos de la innovación y el emprendimiento. La metodología empleada es cualitativa con un estudio de artículos sobre estudios de innovación y el emprendimiento en base de investigaciones durante los últimos años. Se concluye que se observó el principal medio de investigación sobre las aplicaciones en los negocios y gestión es en la

investigación empresarial, para las futuras investigaciones se presta atención a las configuraciones causales del desempeño de la empresa con las innovaciones de los modelos de negocio en relación al proceso del emprendimiento de las empresas. Se recomienda que se perfeccione una descripción general representativa de la evolución y estado actual en base a las investigaciones empresariales. Sin embargo, es posible que la revisión de la literatura no ha captado artículos relacionados. Además, la elección de datos de acuerdo a los campos seleccionados y su interpretación también para direcciones potenciales futuras representan otra limitación para la subjetividad de los investigadores.

Ahlstrom et al., (2018); el objetivo es estudiar aspectos en gran parte recientes del espíritu empresarial y la innovación. El tipo de metodología es cualitativa en base a teorías sobre innovación y el emprendimiento en las organizaciones. Se concluye que, se exploró los factores, las tendencias y los desafíos macros para estrategias de innovación y emprendimiento. La evolución conjunta de las estrategias de los empresarios occidentales y su entorno institucional, que resulta un estilo único de emprendimiento e innovación. Se recomienda que los investigadores exploren más preguntas con mayor profundidad. Mas allá de los estudios de casos que siguen a las empresas, en particular podrían ayudar a los investigadores a examinar múltiples niveles de actividad, desde la financiación y el desarrollo inicial de productos hasta el marketing. La innovación y el emprendimiento son dominios dinámicos para los investigadores donde pueden agregar desafíos y ofrecer nuevas oportunidades para el medio occidental.

Flowers, & Meyer (2020); propone como objetivo brindar una explicación de los emprendedores realizaron comparativas de las experiencias se obtienen conocimientos importantes dentro de la estructura organizacional como los servicios de apoyo donde los emprendedores manejan internamente las innovaciones organizacionales. Su metodología señala como enfoque cualitativo descriptiva. La conclusión amplía los conocimientos por parte de sus recursos, dentro de los procesos de innovación de las organizaciones investigadas, de esta manera mide la noción del usuario como un acto importante en la red de un emprendedor. Se recomienda la relación entre la innovación y el emprendimiento organizacional de mejorar los procesos y ayudar a los emprendedores a comprender las buenas prácticas para aplicar el conocimiento en las

organizaciones además del estudio maneja el efecto de la creación de valor, la cooperación y las ventajas de redes para desarrollar las probabilidades de éxito efectuada bajo la actividad empresarial.

Christofi & Leonidou (2018); el objetivo de este documento principal representa, predecir y dar explicaciones de los puntos a investigar en una disciplina estableciendo con una formación en las organizaciones y se atribuya manejar causalidad entre los diversos elementos en los procesos. El enfoque a mencionar es de tipo cualitativo. En conclusión, discutimos las consecuencias de la gestión de las partes interesadas para la teoría y la práctica del espíritu empresarial. Por ellos se recomienda que los procesos en la organización mantengan un equilibrio de menos a más para así solidificar los diversos cambios ocurridos de la organización con la mejora de un tiempo prolongado.

Mazouz et al., (2019); el objetivo investiga el motor de innovación tecnológica evalúa las plataformas de emprendimiento, este documento detecta en para diversas plataformas, así como evalúa las variedades de innovación y la base empresarial dentro de las industrias emprendedoras. Su metodología maneja los tipos cualitativos y descriptivos. Concluye que las organizaciones proporcionan una plataforma de innovación dónde los empleados tienen espacio para realizar innovaciones. Se recomienda investigar a fondo si una organización tiene las cualidades para ser creativa y emprendedora, si el liderazgo adecuado salvaguarda el desarrollo del producto o servicio que busca ser conocido.

Barragán & Ayaviri (2017); el objetivo se encarga de examinar empíricamente la relación entre la innovación y el emprendimiento. Se empleó un enfoque cualitativo a través de entrevistas y por otra parte también cuantitativa; se concluyó de acuerdo a lo analizado que el emprendimiento ayuda al desarrollo creando fuentes de empleos para una mejor calidad de vida, esto quiere decir que la innovación no apoya al desarrollo y se puede generar una oportunidad para un plan de innovación incremental y radical por medio de capacitaciones de recursos humanos para un incremento de ventas en el emprendimiento del tiempo; se recomienda que las empresas se deben dar por los factores del potencial humano, estructura organizacional, estrategias.

Douglas & Prentice (2019); el objetivo maneja las actitudes del individuo hacia los resultados de lucro y de innovación se analizaron bajos las condiciones

personales, como la motivación atribuye en la innovación y el emprendimiento según los procesos son fundamentales realizar los fallos en la organización para seguir existiendo, por ellos la innovación es fundamental durante el logro de resultados. El estudio realiza un experimento conjunto para revelar la importancia de estos tres elementos como motivadores emprendimientos, y luego emplea análisis cualitativo. Como conclusión mencionamos a los emprendedores, innovar, generar rentabilidad dentro de un mismo propósito, es decir realizar agregar una teoría innovadora dentro del enfoque que requiere la organización con el único fin de generar próximas innovaciones en ampliar sus procesos. Se recomienda comprender las innovaciones como beneficio al emprendimiento y que haya un análisis como un modelo que se pueda aplicar en las organizaciones.

López et al., (2018); el presente artículo tiene como objetivo la relación la necesidad y la importancia de las innovaciones en el negocio, la cual toma en consideración la promoción de los esfuerzos aceptados en la innovación para un desarrollo de investigación. El diseño de investigación resulta descriptivo, porque abordó información desde otros autores para una clara definición. Concluyó que las innovaciones son componentes principales en una organización, es decir que ninguna organización sobrevive en diversos mercados si hay la capacidad de gestionar con eficacia las innovaciones. Se recomienda que las innovaciones en los mercados deben ser dinámicas y satisfacer las necesidades de los clientes, las partes que soportan la innovación se presenta por una comunicación eficaz para una libre circulación de ideas y eliminación de obstaculización.

Farinha et al. (2018); determina como objetivo de este artículo es estudiar la vinculación de la innovación y el emprendimiento con el crecimiento económico en diferentes lugares con diferentes niveles de desarrollo; el tipo de metodología que se aplicó es un análisis cuantitativo, utilizando enfoque empíricos para examinar los efectos de la innovación y el emprendimiento en la competitividad; se concluyó que la innovación y la satisfacción empresarial son bases de las economías avanzadas, tales también como el emprendimiento y el crecimiento empresarial son fundamentos en la economía y social; se recomienda que los factores de innovación y sofisticación son cruciales para una competitividad económica. También se presentó definiciones entre el diseño competitivo de las economías en la introducción de la variable emprendimiento.

Chatterjee & Swapnika (2017); el objetivo fue ofrecer una vida más fácil para las mujeres innovadoras a nivel de la organización. Estos beneficios motivaron mayores esfuerzos por parte de los inventores, detrás de las mujeres hay una riqueza de conocimientos y amplia creatividad que se veía retrasado desde los países europeos que no creían en sus talentos; resulta fascinante observar los inventos de las mujeres en los Estados Unidos. El tipo de metodología es descriptivo. Sus conclusiones determinan si habrá mayor nivel de interacciones gubernamentales, mediante la industria innovadora para facilitar un entorno dentro de una mayor participación de las mujeres en la innovación y el espíritu empresarial de la India. Recomienda la intervención de las mujeres en las empresas industriales, particularmente en los campos industriales, aunque aún no existe un mecanismo de seguimiento consistente para rastrear la participación femenina.

Arzubiaga et al. (2018); el objetivo es determinar el comportamiento empresarial proactivo optimizando el riesgo y innovar para producir más oportunidades como también asumir las responsabilidades de forma personal que ayude a gestionar el cambio en un entorno dinámico para el beneficio de una organización. La metodología es cuantitativa que es señalada por la encuesta desarrollada tomó en cuenta cinco elementos principales. Concluye que los componentes de innovación se manifiestan con las preguntas producidas en base a la recopilación de datos hacia las organizaciones que proporcionan suficiente plataforma de innovación para el emprendimiento. Su recomendación denota que si una organización mantiene los enfoques creativos y emprendedoras hacia el producto se consolide una mejor atracción y este producto sea aceptado en el mercado.

Yépez et al., (2019); su objetivo es definir los elementos del emprendimiento e innovación empresarial, de tal manera que plantea perímetros de acción y análisis desde lo máximo a lo mínimo, de los distintos progresos del emprendimiento. Se planteó una metodología descriptiva y conceptual para la relación y sus variables planteadas. Concluyendo que, el flujo de ideas, bienes y servicios son fundamentales para un crecimiento próspero en el país. Se recomienda que, las economías son las más avanzadas en innovación para mejorar los cambios en los ciclos económicos y desarrollo sostenido y aptas para fortalecer el emprendimiento.

Nambisan (2019); manifiesta en su objetivo la mejora en la innovación de las

organizaciones tecnológicas que son aquellas que se encuentren relacionadas mediante las plataformas que ayuden a las empresas a alcanzar un propósito relacionado por medio de un emprendimiento prometedor, la metodología que se emplea es cuantitativa ya que se basa en datos coleccionados. La conclusión proporciona información importante para las políticas y plasmarlas a la práctica. Por ejemplo, la investigación resalta los beneficios de los medios de la digitalización de intereses que beneficien a la organización. Se recomienda que los temas expuestos brindan una interpretación más profunda a la digitalización para la innovación y el emprendimiento hacia las perspectivas en futuras investigaciones de estudio.

Bouwma et al. (2018); el objetivo es aquello donde objetivos similares y estrategias relacionadas es el resultado de influencias formales e informales ejercidas sobre organizaciones se generan expectativas dentro de las estructuras sociales que menciona la cuando las organizaciones son inseguras o ambiguas en torno a sus objetivos y por lo tanto imitan, adaptan o estandarizan sus prácticas con otras organizaciones que consideran legítimas para establecer y hacer evolucionar la organización. Su metodología es de tipo descriptivo no lineal. Las conclusiones relatan que existen preocupaciones por este impulso que necesita una mayor consideración, otros beneficios del emprendimiento incluyen para los del círculo de los emprendedores. La recomendación que es probable que la organización académica evolucione y se torne más aceptable y exigente hacia la mejora de la innovación organizacional. Si bien existen inquietudes acerca de los beneficios como se incluyen dentro de cada emprendimiento

Cheng et al. (2018); para cumplir con el objetivo de ingresos y mantener sus instalaciones públicas, los funcionarios de la innovación tecnológica se comprometen a realizar actividades de recaudaciones como complemento a los impuestos formales. Las empresas buscan distintas formas de superar la falta de apoyo a la organización; la metodología es descriptiva cualitativa; como conclusión se define que las estrategias en las innovaciones empresariales tuvieron ciertos desacuerdos con los emprendedores, por tomar malas decisiones en único medio el espíritu innovador sin embargo se quiso llegar a una conciliación con las conexiones políticas y las innovaciones en general. Como recomendación se mantiene una buena inversión para realizar efectos positivos en las atribuciones

burocráticas, con emprendedores dotados y con identidades políticas capaces de asumir riesgos.

Piñero et al., (2019); indicó que el objetivo es analizar el frente de investigación actual en la intersección de conceptos empresariales. Es de metodología cuantitativa que se realizara por medio de un estudio bibliométricos basado en métricas de análisis. En conclusión, se han aplicado diferentes técnicas bibliométricas con diferentes objetivos; todos los análisis realizados nos dicen que las investigaciones en un ámbito científico empresarial están pivotando en torno a temas principalmente identificados en la revisión. Se recomienda que el flujo de búsqueda utilizado para configurar los datos bibliográficos de este estudio podría definirse de una manera vaga o basarse en diferentes términos de búsqueda, lo que produciría una base de datos amplia o distinta.

Rudra & Mahendhiran (2020); el objetivo es investigar si la innovación está desarrollada con el emprendimiento con una muestra en los países europeos durante el periodo 2001-2016. La metodología utilizada es cuantitativa según la base de datos de varios países dentro de Europa hubo un análisis de desarrollo en el emprendimiento. Se concluyo que una mayor innovación en el emprendimiento promueve un crecimiento económico a largo plazo, pero los resultados a corto plazo no son uniformes que la innovación y el emprendimiento porque son estrictamente enlazadas. Se recomienda promover la innovación y el emprendimiento como una política viable a largo plazo dependiendo como se defina las variables. Los emprendedores juegan un papel clave no solo en la creación sino también en la realización de esfuerzos que conducen a innovaciones incrementables y radicales con argumentos.

Gouvea et al. (2019); el objetivo de la empresa ha sufrido cambios muy acelerados, algunos para mejor y otros no. La responsabilidad social corporativa se ha transformado en la última moda, mientras que las empresas son administradas como como empresas con fines de lucro, que conduce a la última implicación y promueve a las actividades de transformación y atender las necesidades de los clientes. El empresario debe movilizar las empresas emprendedoras y las organizaciones de servicios, así como innovar significa crear la necesidad al servicio de la sociedad. La metodología es tipo descriptiva cualitativa. La conclusión genera crear responsabilidad mediante el estudio de la creatividad y su relación con

el emprendimiento y las innovaciones. La recomendación consiste que las innovaciones, desde una perspectiva distinta se priorice durante los objetivos en específicos, así como brindar un realce en la organización genera un cambio fundamental desde la creatividad para un punto en cada emprendimiento, tal como los cambios repentinos de la innovación.

Si et al. (2020); el objetivo del artículo presenta nuevos conocimientos sobre la innovación disruptiva y el espíritu empresarial basado en la innovación en las economías emergentes destaca los enfoques de investigación relevantes que pueden transformar la investigación sobre el espíritu empresarial en relación con la innovación disruptiva y ayudar a las personas a comprender mejor los conceptos y los principios relevantes de la innovación disruptiva. El tipo de metodología es cualitativo se enfoca en desarrollar una tecnología más concisa y conveniente que los mercados principales actualmente no valoran para ingresar a un nicho de mercado o un nuevo mercado. Concluye que es importante, de modo que hoy en día las empresas se están convirtiendo rápidamente en la fuerza impulsora del desarrollo económico en todo el mundo, así como las empresas emprendedoras de están remodelando la variedad de tecnologías e innovaciones nuevas o disruptivas. Se recomienda que se deben identificar tres diferencias importantes en los tipos de disrupción observada en las economías desarrolladas. En primer lugar, en lugar de basarse en el lanzamiento de productos con un rendimiento inferior, las innovaciones disruptivas en China se centran en ofrecer propuestas de valor.

Zeb & Ihsan (2020); los objetivos emprendedores que conducen al éxito y al desempeño emprendedor capaz de asumir riesgos consideran a los emprendedores proponen asumir riesgos que diferencia a los emprendedores de los trabajadores asalariados y los hace exitosos. Las empresas están generando ganancias al capturar una mayor participación de mercado y la ventaja competitiva a través de esfuerzos continuos de innovación; la metodología realizada es cualitativa y relata como analizar la relación entre el espíritu empresarial, la innovación y el desempeño empresarial de las empresas propiedad de mujeres. La conclusión desarrolló como Pakistán hay empresas reducidas propiedad de mujeres, el desafío al que se enfrentan las pymes es cómo aportar innovación a los productos y servicios existentes. La recomendación es la relación directa significativa entre el espíritu empresarial, la innovación y el desempeño empresarial

como la tendencia a asumir riesgos y la necesidad de logro, tienen un efecto significativo sobre la innovación y el desempeño empresarial.

La fundamentación teórica estuvo basada a teorías, análisis de textos y conversaciones en todas las ramas, lo que conlleva a que duren abiertas las puertas para mejoras tanto teóricos- conceptuales como metodológicos, como también de estar abierto para nuevos horizontes (Cuenú, 2020, p,182); la teoría establecida tiene como fin el desarrollo teórico y un importante énfasis al estudio e información de las teorías resultantes. Se utiliza para determinar los fundamentos del enfoque teórico, asemejando a la base epistemológica y metodológica protegiendo la interpretación de los estudios (Prieto & Rumbo, 2018, p.391).

La innovación y el emprendimiento como factor de cambio en las organizaciones examinan los objetivos económicos y sociales la influencia de la innovación reflejada en los emprendedores para la creación del valor dentro de sus nuevos emprendimientos (Hechavarria, 2017.p, 14)

Innovación de servicios y/o productos; son el resultado de una organización detecta la eficacia de los servicios tecnológicos a diferencia de lo tradicional como son los cambios repentinos de los clientes para la utilización de un bien o servicio; así como el uso constante del internet, esto genera importancia en los efectos de la innovación propiamente catalogada de manera eficaz en la abundante competitividad en las organizaciones (Tseng et al., 2018, p.30); cada vez es más importante en las organizaciones tener una rentabilidad solvente. El estudio del rendimiento de la innovación de productos o servicios se destacan en los aspectos de la calidad y el valor agregado (Tseng, et al., 2018, p.10). En los últimos tiempos se ha incrementado el interés por la innovación de servicios para abordar desafíos sociales relacionando la sostenibilidad, ya que en la mayoría de las investigaciones no identifican el problema (Calabrese et al., 2018, p.4).

Los procesos de innovación mencionan que los emprendedores dependen únicamente de las capacidades internas de la organización para planificar e implementar los procesos y lograr ventajas competitivas que influyen en la innovación de productos, por ello también afecta el funcionamiento dentro del emprendimiento (Vecchio, Secundo & Passiante, 2018, p.14). La interacción de los emprendedores ofrece una valiosa fuente de capital de conocimientos, con el fin de alcanzar el éxito. Se afirmó que la innovación de productos es necesaria para la

reducción de costos; esto brinda una ventaja para se consolide en el mercado. (Husada, 2018, p.3). Se inicia un cambio cuando una empresa crea un producto y servicio, utilizando un nuevo proceso de producción o actividad. Las empresas deben centrarse en alinear los enfoques estratégicos y las innovaciones de proceso, obteniendo valor económico y la ventaja de ser el primero en actuar en el proceso (Cozzolino et al., 2018)

En los estudios anteriores de la innovación organizacional se centró principalmente al éxito de la innovación y la colaboración interorganizacional, sin embargo, en la otra cara de la moneda, estos estudios obtuvieron un riesgo de abandono dentro de las actividades de innovación que resultó ser menos investigada (Koch & Windsperger, 2017.p, 10); se reveló que exploraron varios tipos de organizaciones tales como intercambios de recursos y la disponibilidad de recursos (Liu et al. 2017, p.4); sin embargo, hubo extensa calidad señalando a la innovación ampliamente creativa relacionada al emprendimiento y sus factores clave en una organización emprendedora con tal éxito que surgen las ideas innovadoras respecto a los cambios adoptados en su toma de decisiones (Kamal & Mat, 2018, p.2); según los desafíos que afronta la innovación, se establece que las oportunidades de observar, analizar y comprender los cambios; el emprendedor controla, innova y crea modelos de negocios para establecer una mejor estructura en las empresas (Haskel & Westlake, 2018, p.6).

La innovación disruptiva es el transformación que se va dando paso a paso en los productos y servicios por medio de transformaciones en los ecosistemas de trabajo (Cruz & Sánchez, 2017, p.313); por lo tanto se logra optimizar y analizar el mercado para generar un impacto que ayude a resolver los problemas y sustituir el vacío de forma efectiva (Kim & Batartogtokh, 2017, p. 314); asimismo, la innovación disruptiva está referida al cambio en el cual muchas veces despierta incertidumbre y resistencia en la implementación como por ejemplo; la transformación en la cámara del tiempo, en base a su actualización tecnológica ya que tuvo que pasar por modificaciones para ser atrayente en el mercado, permitiendo nuevas entradas de empresas con el fin de que crezca en el mercado competitivo (Anaya, 2018, p.6)

Las innovaciones disruptivas; se han llevado a los investigadores a examinar la cuestión de cómo surge y en qué medida se refleja el *descubrimiento* frente a la

creación de oportunidades; se ha centrado en las condiciones previas organizativas para que surja la innovación disruptiva (Snihur et al., 2018). Se ha prestado menos atención al papel de los procesos de innovación que se centra en la construcción de un nuevo sistema de actividades en el que se configuran de manera inédita en comparación con los modelos de negocio existentes. Por lo tanto, una innovación disruptiva interrumpe los modelos establecidos o redefine el significado de creación y adquisición de valor (Cozzolino et al., 2018).

Las innovaciones radicales o incrementales se refieren fundamentalmente a las nuevas tecnologías, productos o procesos completamente nuevos. Son principios que abren nuevos mercados potenciales, mientras que introducen cambios en los productos existentes del mercado, explotando su potencial para reforzar el dominio del emprendimiento. Se propone como proceso estudiar los factores que alivian las fallas del mercado (Jong et al. 2018, p. 23); en efecto, los roles moderadores de la experiencia empresarial afirmaron ser la novedad del producto y compromiso durante el proceso de innovación; concluyendo que las innovaciones ayuda a mejorar a la organización a comprender los procesos de creación de conocimiento que fueron fuente de innovaciones radicales según la habilidad de identificar, asimilar y aplicar conocimientos formando un efecto positivo sobre el emprendimiento en las empresas bajo la intervención del empresario en los recursos y capacidades del emprendimiento (Link & Sarala, 2019,p.3).

La innovación tecnológica mejorará positivamente el desempeño en el emprendimiento. Por lo tanto, la innovación tecnológica obtiene costos, especialmente para que los emprendimientos innovadores amplíen más los horizontes de mejora en el mercado (Román, Bayona, Sáez & García,Marco, 2018, p.6); por ende la importancia del desempeño en las empresas tiene como fortaleza la innovación tecnológica a través de las capacidades de los emprendedores. La innovación cumple un determinado periodo para atraer la atención de los consumidores en el mercado (Mohsen et al. 2020, p.14); asimismo, señaló que el conocimiento tecnológico es una fuente sólida para que un emprendimiento crezca económicamente. Se conoce que las tecnologías e infraestructuras implementan un capital que fortalece las generando un valor de un producto o servicio (Yoon et al. 2018, p.3)

III. METODOLOGÍA

El capítulo III, se indica el tipo de investigación y enfoque, por lo cual, se muestra qué tipo de metodología se utiliza para el avance y explicación del proyecto, asimismo, en este punto se muestra el protocolo y registro, criterios de elegibilidad, las fuentes de información, la búsqueda, selección de artículos, el proceso de selección de datos, la lista de datos, el riesgo de sesgo de los estudios individuales, síntesis de resultados y finalmente los aspectos éticos.

3.1. Tipo y enfoque de investigación

El tipo de investigación que se trabajo fue de revisión sistemática, el cual nos permite responder preguntas de tratamiento, diagnóstico o pronósticos donde su diferencia radica primero en los estudios que serán incluidos y evaluados para el trabajo (Ribot et al., 2020, p.3). Se debe tener criterios muy específicos para poder manipular la información de la manera más idónea; de esta manera se considera que se estudia la verdad absoluta sobre el método, con una estrategia que se pretendió cambiar, ya que necesariamente la información que se está utilizando es de primer nivel (Moreno et al., 2018, p.184). Esta investigación se realizó mediante en un enfoque cualitativo de revisión sistemática, de tipo de síntesis de investigación que identifica con la finalidad de evaluar los resultados de búsqueda (Munn et al., 2018, p.2).

En base lo mostrado, la investigación fue realizada a una revisión sistemática cumpliendo las exigencias básicas, las variables y factores que influyen en la investigación para un resultado confiable (Ribot et al., 2020, p.3). Cabe destacar, que se establecieron artículos científicos en base a revisiones sistemáticas para disponer estudios verídicos, confiables y que tengan indicadores de gran impacto para poder identificar evidencias sobresalientes en el trabajo. La información que se está utilizando es de primer nivel (Moreno et al., 2018, p.184).

3.2. Protocolo y registro

En el punto del protocolo se establece la metodología del trabajo y los criterios de inclusión y exclusión de los artículos que se estudiarán, se debe establecer aquellos participantes en la revisión, y su papel en la misma como también los criterios de inclusión y exclusión de la táctica de búsqueda, y la metodología de trabajo que se desarrollará más adelante (Linares et al., 2018, p.501).

La preparación de una revisión sistemática es confusa e involucra muchos juicios. Para empujarse la potencialidad de sesgo en el procedimiento de revisión, estos juicios deben realizarse de una medida más posible, de manera que no dependan de los hallazgos de los estudios incluidos en la revisión, si no de planear con anticipación los métodos que se efectuaran para los estudios de identificación, diseñar búsquedas para capturar tantos estudios como sea posible que cumplir con los criterios de elegibilidad, garantizando que los períodos de tiempo y las fuentes destacadas sean cubiertas y no se restrinja por el idioma o estado de publicación (Higgins et al., 2019, p.8).

Tabla 2

Protocolo y registro

Base de datos	Resultados	Palabras claves y otros filtros aplicados
Scopus	560	Keywords: ("Innovation, entrepreneurship"), ("Product and service innovation"), ("Innovation processes"), ("Organizational innovation"), ("Disruptive innovation"), ("Radical or incremental innovation"), ("technological innovation").
Proquest	156	Keywords: ("Innovation, entrepreneurship"), ("Product and service innovation"), ("Innovation processes"), ("Organizational innovation"), ("Disruptive innovation"), ("Radical or incremental innovation"), ("technological innovation").
Web of science	80	Keywords: ("Innovation, entrepreneurship"), ("Product and service innovation"), ("Innovation processes"), ("Organizational innovation"), ("Disruptive innovation"), ("Radical or incremental innovation"), ("technological innovation").
Latindex	68	Keywords: ("Innovation, entrepreneurship"), ("Product and service innovation"), ("Innovation processes"), ("Organizational innovation"), ("Disruptive innovation"), ("Radical or incremental innovation"), ("technological innovation").
Sciencedirect	480	Keywords: ("Innovation, entrepreneurship"), ("Product and service innovation"), ("Innovation processes"), ("Organizational innovation"), ("Disruptive innovation"), ("Radical or incremental innovation"), ("technological innovation").

Nota. La tabla se muestra la manera en la que se buscaron los artículos científicos haciendo uso de las palabras claves y los complementos del tema central.

3.3. Criterios de elegibilidad

Los criterios de elegibilidad son una combinación de los aspectos de las preguntas clínicas de la investigación, además de la especificación de los tipos de diseño de estudio que han guiado estas preguntas. Los participantes, las intervenciones y las comparaciones en la pregunta generalmente se convierten en criterios de elegibilidad para la revisión sistemática (Higgins et al., 2011, p.106); después de haber reunido toda la bibliografía posible los estudios que no acuerdan con posible los estudios que no acuerdan con los requisitos del protocolo, se rechazan, mientras que los que acuerdan se aceptan para su inclusión en la revisión sistemática, si existen dudas se piden aclaraciones a los autores, para garantizar la calidad de información (Olvera, 2015, p.78).

Asimismo, se llevó a cabo los criterios de elegibilidad de los artículos científicos mediante una estrategia de búsqueda; por ende, los criterios de inclusión se obtuvieron de artículos cualitativos recopilados a través de palabras claves con cinco años de antigüedad que proporciona soporte en nuestro proyecto de estudio; por último, el criterio de exclusión orientado en artículos cualitativos.

Tabla 3

Criterios de elegibilidad

Búsqueda de información entre los años 2017- 2021		
Búsqueda en inglés		
Management innovation	Digitization	Innovation Strategies
Innovation of enterprises	Entrepreneurship in companies	Emprendimiento en las empresas
Gestión de Innovación	Innovation in enterprise product	Organizational innovation
Innovación empresarial	Product innovation	Types of Innovation
Innovación en mypes	Service innovation	Innovation as a strategic asset
Innovación y emprendimiento	Innovation in the Businesses	innovative companies
Management innovation	Innovación de procesos	innovation models
Entrepreneurship in small enterprises	Digital transformation	Digital entrepreneurship
Entrepreneurial intentions	Organizational innovation	Disruptive innovation

Nota. Listado de palabras claves relacionadas a las variables y categorías

3.4. Fuentes de información

En esta sección se detalla las fuentes de donde se obtuvo información para llevar a cabo el estudio, como también informar el periodo de publicación de los artículos indexados (Moraga & Cartes, 2015, p.328); la información es el principio para una buena toma de decisión responsable, por lo cual toda empresa espera en contar con informaciones confiables para lograr sus objetivos (Tsvetkov & Wintner, 2015); para el desarrollo de fuentes de información es útil las palabras precisas para encontrar la información semejante respecto al tema de investigación dependiendo el tiempo y lugar que se realizó el estudio.

TABLA 4

Fuentes de información

Base de datos	Dirección web	Periodo de búsqueda
Scopus	https://www.scopus.com/freelookup/form/author.uri?zone=TopNavBar	04-2021
Web of science	https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search	04-2021
Science Direct	https://www.sciencedirect.com/	04-2021
Ebsco Host	https://www.ebsco.com/es	04-2021

Nota. En la tabla 4 se muestra las bases de búsquedas de revistas indizadas

3.5. Búsqueda

Los resultados obtenidos en cada artículo se realizó una comparación de información a través de su proceso de desarrollo (Moreno et al., 2018, p.186); son determinantes procesos que definen, buscan, procesan y organizan información. De acuerdo a los artículos obtenidos se analizó y comparo realizando descartes de artículos que son copias o escasa información de lo que se requiere de las cuales

se quedó con los más importantes y relevantes para el desarrollo de la investigación (Ahme et al., 2016, p.18). Se consultaron en fuentes confiables como Web of Science donde se presentaba poca información. Se indago en otros tipos de fuentes como Scopus, Scencedirect, Ebsco, Proquest y Scielo, que tenga artículos con mayor información y registrados en el MIAR.

Tabla 5

Criterio de búsqueda

Base de datos	Resultados de búsqueda	
Scopus	5861	Palabra clave ("Management innovation"), ("Undertaking"), ("Product innovation"), ("organizational innovation"), ("process innovation"), ("radical innovation"), ("incremental innovation"), ("entrepreneasure and innovation"), ("technology innovation"), ("innovation"), ("innovation management")
Web of Science	3258	Palabra clave ("Management innovation"), ("Undertaking"), ("Product innovation"), ("organizational innovation"), ("process innovation"), ("radical innovation"), ("incremental innovation"), ("entrepreneasure and innovation"), ("technology innovation"), ("innovation"), ("innovation management")
Science Direct	255	Palabra clave ("Management innovation"), ("Undertaking"), ("Product innovation"), ("organizational innovation"), ("process innovation"), ("radical innovation"), ("incremental innovation"), ("entrepreneasure and innovation"), ("technology innovation"), ("innovation"), ("innovation management")
Ebsco Host	80	Palabra clave ("Management innovation"), ("Undertaking"), ("Product innovation"), ("organizational innovation"), ("process innovation"), ("radical innovation"), ("incremental innovation"), ("entrepreneasure and innovation"), ("technology innovation"), ("innovation"), ("innovation management")

Nota. Palabras clave utilizadas para la búsqueda de los artículos científicos en las bases de datos

3.6. Selección de los estudios

Se define como fuentes de información primaria por medio de un proceso de selección y análisis de los artículos, el resultado de las informaciones obtenidas serán un aporte relevante a la revisión sistemática y metaanálisis (Morales & Pardo, 2016, p.90). El procedimiento de selección de estudio es clave para la realización de una revisión sistemática (Faggion et al., 2018, p.54). El proceso de selección de la información o estudios se puede realizar siguiendo dos pasos, realizar un estudio a nivel de título y el resumen e identificar las citas que aún falta nivel de cuerpo entero, existen recomendaciones por parte manual, de esta manera identificar con mayor precisión los estudios relevantes (Waffenschmidt et al., 2018).

Tabla 6

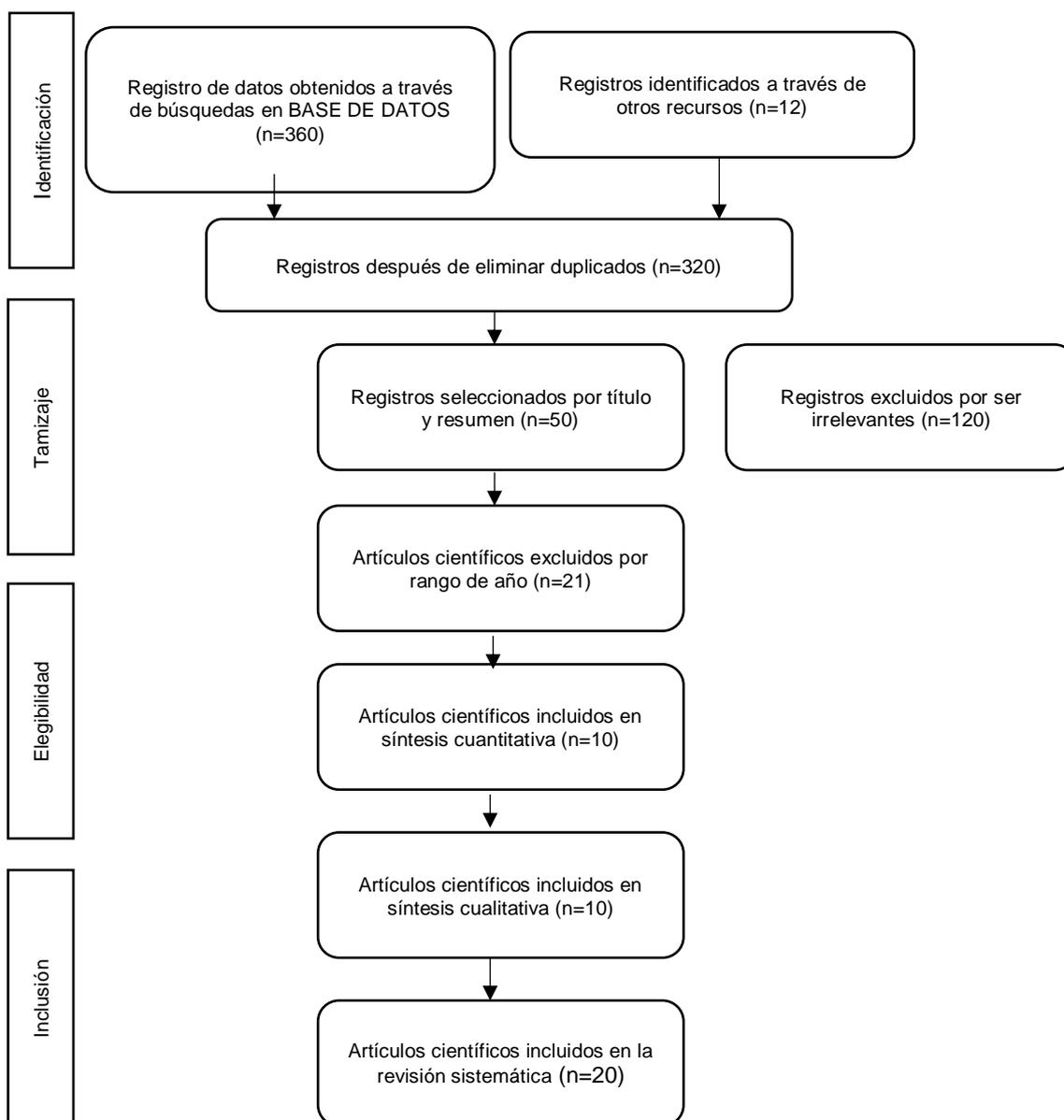
Repositorio	Original	Semi automático		Proceso manual	
		Exclusión	Inclusión	Enfocado	Título y resumen
Scopus	5861	584	325	162	20
Web of Science	3258	223	158	58	16
Science Direct	255	120	50	30	20
Ebsco Host	80	40	25	20	15
Total	9454	967	558	270	76

Resultado de filtrado semiautomático y proceso manual

Nota. La tabla muestra el registro total de los artículos científicos en cada una de las bases de datos, luego muestra un filtro de semiautomático y el proceso manual

3.7. Proceso de extracción de datos

Los diagramas de flujo de los estudios se utilizan para ilustrar los resultados de la búsqueda y el proceso de evaluación aplicando la selección de datos en los estudios para cumplir una adecuada revisión. Es importante que el texto del diagrama de flujo establece una clara distinción entre los estudios registros (Campos, 2015, p.18). Una vez finalizado la selección de artículos se pudo extraer las informaciones relevantes como, la relación entre ellas, tipo de investigación que realizó, el proceso de los resultados de la investigación y cuáles fueron sus conclusiones confiables (Muñoz et al., 2018, p.185).



Nota. En la figura se muestra el proceso que se siguió para la selección de artículos

Figura 1. Proceso de extracción de datos

3.8. Lista de estudio

La investigación solo obtuvo con variables innovación y emprendimiento y con ello se recabó la información con los datos cualitativos para poder realizar la matriz (Ortega et al., 2009, p.8); los resultados pueden ser diversos temas relacionados a la variable, para ello se estudió la información señalada por los artículos. La lista de datos fue la estructura que detallaron las variables y factores utilizadas en la revisión sistemática definiendo todas las variables que buscaron datos y realizando la simplificación realizada por medio de la información. (Moher et al., 2015, p.176).

3.9. Síntesis de resultados

En este punto se analizaron las variables de innovación y emprendimiento en las pequeñas empresas y como factores se tomaron innovación de producto y servicio, procesos de innovación, innovación organizacional, innovación disruptiva, innovación incremental e innovación tecnológica; donde se demuestra la importancia de la investigación y sus factores que están relacionados (Risso, 2017, p.11); de esta manera se seleccionan los años de los artículos para revisar sus estudios y así se llegue a una determinante de los autores (Manterola & Pineda, 2008, p.88).

Tabla 8

Publicaciones por revistas desde el 2017 al 2021

N°	Revista	2017	2018	2019	2020	2021	TOTAL
1	Journal of Small Business Management					1	1
2	China Economic Review.		1				1
3	Management and Organization Review		1				1
4	Journal Business Research			3			3
5	IIMB Management Review	1					1
6	Organization & Management			2			2
7	African Journal of Science, Technology, Innovation and Development				1		1
8	Urban Studies	1					1
9	International Entrepreneurship and Management Journal	1					1
10	Journal of Innovation and Entrepreneurship			1			1
11	International Journal of Social Ecology and Sustainable Development	1					1
12	Innovation and entrepreneurship				1		1
13	Entrepreneurship & Regional Development			3			3
14	Multinational Business Review		1				1
15	Journal of Policy Modeling				1		1
TOTAL		5	3	9	3	1	21
PORCENTAJE		20%	15%	45%	10%	5%	100%

Nota: En la tabla 8 se visualiza las revistas utilizadas en el proyecto de investigación

Búsqueda por cuartil.

En el campo de la investigación existen diversos indicadores bibliométricos. Para evaluar el impacto en las revistas, se ha desarrollado métricas según el número de citas realizadas, esto representa el impacto científico que tiene Scimago Journal & Contry Rank (SJR), con la finalidad de medir que tan valiosa es el artículo en la actualidad (All & Bano, 2021, p.15); asimismo en las revistas indexadas un mayor porcentaje cuentan con el repositorio de Scimago que son publicaciones mejor valoradas y dan alusión a los cuartiles (Navarro, et al. ,2020, p.14); es por ello que se clasifico por medio de Q1, Q2, Q3 y Q4.

Tabla 9

Búsqueda por cuartil

N°.	Revista	Q1	Q2	Q3	Q4	TOTAL
1	Journal of Small Business Management				1	1
2	China Economic Review.	1				1
3	Management and Organization Review	2				2
4	Journal Business Research	3				3
5	IIMB Management Review		1			1
6	African Journal of Science, Technology, Innovation and Development			1		1
7	Research Policy	1				1
8	Journal of Open Innovation				1	1
9	Urban Studies	1				1
10	International Entrepreneurship and Management Journal	1				1
11	Journal of Innovation and Entrepreneurship		1			1
12	International Journal of Social Ecology and Sustainable Development			1		1
13	Innovation and entrepreneursip			1		1
14	Entrepreneurship & Regional Development	2				2
15	Multinational Business Review	2				2
16	Journal of Policy Modeling	1				1
Total %		14	2	3	2	21
		65%	10%	15%	10%	100%

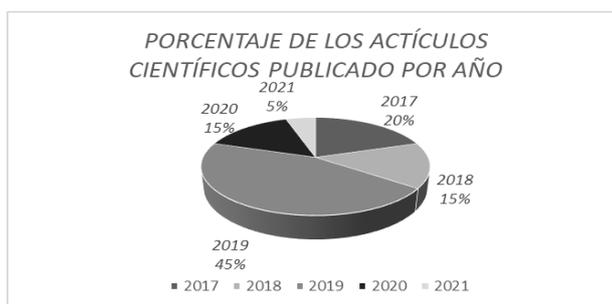
Nota. En la tabla 9 se muestra el listado de las revistas utilizadas y a que cuartil corresponden

3.10. Aspectos éticos

La investigación fue responsable y muy transparente, porque se explicaron los fundamentos y sobre todo las razones de la investigación e integrantes que estuvieron reconociendo con claridad el objetivo a estudiar y confirmando la originalidad del contenido tomado y aplicando los criterios establecidos: La transparencia de la recopilación de datos buscando de los repositorios de alto valor, siendo considerados como artículos indizados extrayendo las fuentes y repositorios confiables como rango de selección del 2017 al 2021, la recopilación no modifico la información de la investigación. Se realiza la investigación con el fin de dar a conocer a todos los investigadores lo estudiado, realizándose de manera abierta, honesta y precisa, respetando la conducta ética de la universidad con el software Turnitin para medir el grado de coincidencia en otras investigaciones.

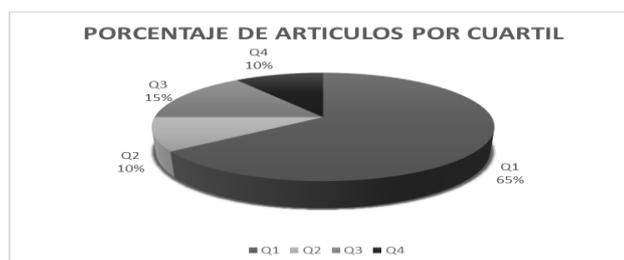
IV. RESULTADOS

En el capítulo se ejecutó la recopilación de los artículos indizados desde el año 2017 al 2021, midiendo los artículos de actualidad de cada año, por ende, la recopilación de artículos por cuartiles está midiendo el grado de valor de cada una de ellas según su cuartil y matriz de categorización de las variables planteadas por niveles que esta seleccionado por autores. Los resultados tienen como objetivo presentar los hallazgos del estudio de investigación, se debe establecer una sucesión lógica en función previo a los métodos (Rivas, 2017, p.104). Los puntos planteados conforman resultados que ayudará que está definiendo el estudio de investigación sobre las discusiones y conclusiones.



La figura 2 muestra el porcentaje de los años en los que fueron publicados los artículos por las revistas, teniendo un 5% en el año 2021, destacando en el año 2019 con un 45% que se realizaron mayores estudios sobre la innovación y emprendimiento.

Figura 2. Estadísticas de la búsqueda por año 2017-2021



Nota. Se muestra el gráfico el porcentaje por cuartil con los artículos seleccionados

En la figura 3 se visualiza el resultado de las revistas indizadas y filtradas por Scimago Journal & Country Rank para obtener el resultado de los cuartiles según su grado de impacto de los 20 artículos seleccionados, los cuales en el Q1 se encuentran 65% confiables, Q2 con 10% semi confiables, Q3 con 15% casi confiables y en Q4 con 10% no tan confiables.

Figura 3. Estadística por la búsqueda de cuartil

4.3 Matriz de Categorización

Para la ejecución de la matriz se identifica, analizar y también interpreta los el estudio de los artículos encontrándose disponibles en la investigación fijada, lo cual viene a ser conocido como el mapeo que se estuvieron realizando los estudios cumpliendo el objetivo de aclarar las evidencias de los autores (Carrizo & Moller, 2018, p.46); por lo tanto se clasifica las aportaciones que mantienen un valor añadido llegando a ser descritos por los objetivos, según la búsqueda determinan las investigaciones más estudiadas (Celdran et al., 2018, p.115); asimismo, utilizar lamatriz categorización proporciona todo tipo de niveles que mejora la eficiencia en los artículos como resultados (López et al., 2018, p.6).

En la siguiente tabla se especifica la agrupación de los artículos indizados, empezando por la gestión con ocho niveles abarcando a los aspectos de valor de la organización, en segundo lugar, se encuentra el estratégico con cuatro niveles que se detallan los métodos a utilizar dentro de la organización; así como, se encuentra el tecnológico con más niveles que se enfoca en las herramientas a utilizar para conseguir los objetivos que transmite la organización.

Para la elaboración de la matriz de categorización se fue evidenciando los años de estudios (Higgins et al., 2019, p.280); se manejó conceptos que les consiguieron a cada autor a las categorías que utilizaron y contradijeron en sus investigaciones, por ello, estas categorías encontradas accedieron a brindar un enfoque a los objetivos, dando énfasis en cómo se corresponden a cada una de ellas, de tal manera ofrecen un mejor aporte a la investigación.

Finalmente, la mayor cantidad de artículos indizados que encuentra en el nivel de gestión, orienta a recomendar que las organizaciones fueron estableciendo un nuevo cambio para la innovación desde las herramientas clave que está alcanzando objetivos y compitiendo ante nuevos mercados. Asimismo, se orientó el estudio de investigación; la agrupación por categorías como: radical, productos y servicios, procesos, organizacional, disruptiva, tecnológico.

Tabla 10

Matriz de categorización

Enfoques	Cat. 1	Cat. 2	Cat. 3	Cat. 4	Cat. 5	Cat. 6
Enfoque Estratégico	Innovación productos/servicios	Innovación de procesos	Innovación organizacional	Innovación disruptiva	Innovación tecnológica	Innovación radical
	Tseng, C., & Tseng, C., 2019 Ahlstrom, D., et al., 2018	Chatterjee, Ch & Ramu 2017 Prentice C & Douglas E (2019) Hampel et al. 2019 Ali, et al, 2017	Hampel et.al 2021 Mazouz, et al. 2019 Escobar et, al 2021 Matei, S. & Lupu, B., 2020	Hampel et al. 2019 Si, S., et al., 2019 Matei, S. & Lupu, B., 2020	Nambisan et al. (2019) Ahlstrom, D., et al., 2018 Pradhan, R., et Wang, R., & Chebo, A., 2021	Escobar et, al.2021 Tseng, C., & Tseng, C., 2019 Pradhan, R., et al., 2020
Enfoque de gestión	Innovación radical	Innovación organizacional	Innovación disruptiva	Innovación tecnológica	Innovación productos/servicios	
	Chatterjee, Ch & Ramu 2017 Piñeiro-Chousa, J., et Pradhan, R., et al., 2020 Tseng, C., & Pradhan, R., et al., 2020	Escobar et, al 2021 Mazouz, et al. Hampel et al 2019 Lounsbury, M., et al., 2018 Matei, S. & Lupu, B., 2020	Chatterjee, Ch & Ramu 2017 Hampel et al. 2019 Lounsbury, M., Si, S., et al., 2019 Matei, S. & Lupu, B., 2020	Prentice C & Douglas E 2019 Cheng et al. (2018) Mazouz, et al. 2019 Nambisan et al. 2019 Ahlstrom, D., et al., 2018 Wang, R., & Chebo, A., 2021	Ahlstrom, D., et al., 2018 Tseng, C., & Tseng, C., 2019 Hampel et al. 2019	
Propuesta de valor	Innovación productos/servicios	Innovación de procesos	Innovación tecnológica			
	Hampel et al. 2019 Ahlstrom, D., et al., 2018 Tseng, C., & Tseng, C., 2019 Ahlstrom, D., et al., 2018	Chatterjee, Ch., &, Ramu 2017 Hampel et al. 2019 Christofi et al. 2018 Piñeiro-Chousa, J., et al., 2019 Tseng, C., & Tseng, C., 2019 Ahlstrom, D., et al., 2018 Piñeiro-Chousa, J., et al., 2019 Ahlstrom, D., et al., 2018	Prentice C & Douglas E 2019 Cheng et al. 2018 Pradhan, R., et al., 2020 Wang, R., & Chebo, A., 2021			

V. DISCUSIÓN

Objetivo 1a. Analizar las categorizaciones en base a la estrategia orientada al estudio de la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones.

El emprendimiento mejora la productividad económica mediante innovaciones de productos y/o servicios, este enfoque no solo ayudará a las corporaciones a ser más innovadora, sino que también reforzará su crecimiento organizacional, por otra parte, las empresas deben de reconocer que el fracaso es un resultado probable de la innovación y aprender de ella. Las ventajas de utilizar estrategias innovadoras son notables, ya que se ha demostrado que el espíritu empresarial facilita el comportamiento innovador dentro de muchas empresas reconocidas a nivel mundial y mantiene la competitividad empresarial. En consecuencia, muchas organizaciones de todo el mundo han prestado mayor atención al espíritu empresarial, en parte debido a los beneficios inherentes de la innovación interna y la ventaja competitiva, pero también debido a la mayor productividad económica (Kraus et al., 2017).

El emprendimiento e innovación son fundamentos que son un gran aporte a los nuevos negocios con el único fin de generar nuevos conocimientos para que los emprendedores exploten las actividades de negocios y opten por una decisión única, rentable y productiva, esto quiere decir; abordar factores rentables de economías de redes digitales y compartidas. Este número especial también ha desarrollado una base teórica con diferentes perspectivas para la investigación futura en los contextos políticos, económicos, de redes y globales actuales. Las sociedades pueden hacer esto a través de actividades que fortalecen las estrategias en base al emprendimiento y la innovación. Sirve para brindar mayor libertad y dignidad a los empresarios (Ahlstrom et al., 2018).

Las corporaciones son responsables ante sus accionistas, la responsabilidad de lograr los objetivos comerciales y desarrollo. La innovación mejora los productos existentes y procesos innovadores para obteniendo mejores resultados. Por ejemplo: fabricando productos con envoltorios que ayude a mejorar su estabilidad. Las empresas deben centrarse en alinear los enfoques estratégicos y las innovaciones de proceso, obteniendo un valor económico y ventaja de ser primeros en el manejo del proceso; sin embargo, centrarse solo en los productos

no es suficiente, porque los emprendedores y gerentes deben comprender que uno de los enfoques estratégicos es entender la relación que existe entre las estrategias y el emprendimiento, creando un proceso de implementación maximizando el desempeño de innovación interna de la empresa. A menudo se desarrollaron nuevos conocimientos como las tecnologías avanzadas y creación de innovación de procesos ayuda a fortalecer el producto o servicios en todas las organizaciones (Mazouz et al., 2019).

La innovación viene a ser los procesos que cambia la síntesis de las ideas y costumbres ya efectuadas, mejorando y creando otros que impresione de manera favorablemente; dado que, la implementación de un nuevo método de organización durante las prácticas comerciales de la organización, así como los puestos de trabajo mediante las relaciones externas de la empresa, predominan a la innovación en las organizaciones. Tiene como objetivo aumentar el desempeño de la empresa al reducir los costos administrativos o de transacción y mejorar la satisfacción laboral de reducir los costos. Una estrategia de innovación en las empresas es un elemento común a todos los procesos de innovación, siendo la ventaja competitiva el cambio de las reglas existentes para la realización de negocios (Escobar et., 2021).

La adopción de una innovación por parte de algunos emprendedores no depende de su clase social, sino de su actitud ante el riesgo. Los emprendedores desempeñaron un rol importante durante las promociones que se ejecutaron desde la innovación, mientras que, las reglas del negocio es una forma de promover el proceso de innovación, pero requiere de un conocimiento más preciso de las mismas, para determinar cuál de estas reglas podría violarse y en qué condiciones. Las empresas que emprendan nuevas acciones como un nuevo método de distribución, un nuevo enfoque en el proceso de venta, un nuevo método de fabricación, evitación total de intermediarios de distribución, atraer una gran parte de los beneficios generados por un proceso de innovación depende de la protección o no del elemento de novedad a través de documentos (Flowers & Meyer, 2020).

Objetivo 1b. Analizar las categorizaciones en base a la gestión orientada al estudio de la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones.

La innovación radical dependió de la capacidad de la empresa para crear u obtener,

gestionar y manteniendo un conocimiento interno y externo. Hay muchos temas de investigación poco explorados relacionados acerca de las formas específicas de conocimiento facilita la innovación y el espíritu empresarial; en última instancia, conducen al crecimiento económico. La innovación ha llevado a los responsables políticos a promover nuevos conocimientos, sin tener en cuenta los procesos de comercialización y creación de empresas. Por ello se propone que; las recomendaciones deben centrarse en el apoyo del conocimiento y el aprendizaje en las organizaciones jóvenes y en el desarrollo de vínculos como también en las redes capaces de ayudar a las nuevas empresas a utilizar y absorber el conocimiento necesario para sus actividades innovadoras (Mazouz et al., 2019).

También es de suma importancia revisar cuidadosamente las políticas, en la medida en que haya evidencia la influencia de la formación empresarial en la disposición para participar en actividades empresariales, pero no adecuada para apoyar nuevas empresas exitosas. Se identifican tres corrientes de investigación principales que son; la creación y difusión de conocimientos, capacidad de absorción, espacio y relaciones, directamente o indirectamente con el emprendimiento. El conocimiento interno y externo es la fuente de las innovaciones radicales e interés en la capacidad de absorción de empresas o la capacidad de identificar, asimilar y aplicar el conocimiento externo (Piñeiro et al. 2019); se caracteriza como una innovación mediante el lanzamiento de avances inaugurales, que se obtiene de sus impactos significativos en un mercado y la productividad económica de las empresas en el mercado.

Se llegan a cambiar las estructuras del mercado, como crear nuevos mercados o hacer obsoletos los productos existentes, mientras que la innovación incremental es la evolución sistemática de un producto o servicio hacia mercados nuevos o más grandes. La estructura, el financiamiento y los sistemas formales son típicos de una corporación que puede ayudar a implementar la innovación incremental (Barragan & Ayaviri, 2017).

La innovación disruptiva señaló sobre el sondeo cultural que; los objetivos de colocar tal innovación resultó ser un proceso que implica no solo el emprendimiento en las organizaciones, sino también un cambio cultural a mayor escala a nivel social, un enfoque cultural de la innovación y el espíritu empresarial debería abarcar la acción y el cambio en todos los niveles. Además, se enfatizó la

necesidad de una mayor atención teórica frente a los impactos de la innovación en sus niveles. Esta nueva perspectiva de comprensión acorde a la innovación y el espíritu empresarial no solo restringe y limita los tipos de innovaciones que persiguen, sino también inhabilita la cultura para estimular los cambios tecnológicos detrás de la creación de los nuevos emprendimientos. Los nuevos enfoques de la cultura conceptualizan a los emprendedores e innovadores como *operadores culturales capacitados* que aprovecharon de manera creativa los diversos recursos culturales para promover una agenda empresarial (Lopez et al., 2018).

La finalidad de esta innovación fue crear los nuevos mercados aperturando otros mercados, donde se convirtió un producto inaccesible que pocos clientes podían pagarlo en un producto de mesa. Cada empresa eligió un rumbo de la innovación disruptiva obteniendo una productividad mejorada, a bajo costo con una buena competitividad en el mercado. La reconstrucción de productos de consumo significó aplicar la oferta y la demanda del mercado, afianzar las alianzas con proveedores, captando la atención del público objetivo a través de una política de promoción empresarial dentro de las estrategias de comunicación escrita y visual que fortalecieron las marcas investigando una ventaja sobre la competencia de la empresa (Rudra & Mahendhiran, 2020).

Objetivo 1c. Analizar las categorizaciones en base a la propuesta de valor orientada al estudio de la innovación como factor de cambio en el emprendimiento de las organizaciones.

En otros países promueven el espíritu empresarial masivo y la innovación, se han elaborado un plan estratégico integral sobre la futura innovación en ciencia y tecnología. Se identificó un objetivo estratégico para impulsar más la innovación y menos la imitación, esta ha buscado conocimientos y talentos extranjeros para desarrollar sus propias capacidades innovadoras (Kraus et al., 2017). Se examina las definiciones e incluso las categorías de innovación y emprendimiento, especialmente en el contexto de las reformas económicas. Un empresario conocido y exitoso, Chen Dongsheng, señaló una vez que; *el primer imitador también es una especie de innovador*. El atraso de una economía emergente en el desarrollo tecnológico llena la brecha imitativa sustancial que ofrece muchas oportunidades para los empresarios en diferentes grados a medida que los arbitrajistas tecnológicos cruzan las fronteras. En ese sentido, la innovación, el espíritu

empresarial y la globalización están intrínsecamente vinculados, se han convertido en un centro de innovación y un grupo de empresas emprendedoras y financiadores de varios tipos, lo que probablemente esté vinculado a su apertura y conexiones globales.

La innovación orientada al consumidor representa una habilidad clave que a las empresas les gustaría desarrollar, la evolución conjunta de las estrategias de los empresarios que puede resultar en un estilo único, quizás más factible tanto en las economías en transición como en las emergentes, podría ser una mina de oro proverbial para que los investigadores y profesionales la exploren en el país los próximos años (Ahlstrom et al., 2018). El estudio señala que la innovar los productos y servicios son la estructura para las ideas e invenciones existentes para lograr alcanzar los objetivos planteados; se define la innovación en muchas disciplinas, esto genera obtener un concepto sustancial. La innovación está en todas partes, tanto en los productos, servicios, relaciones humanas, entre otros. Las discusiones sobre innovación están en todas partes, para la burocracia del gobierno, corporaciones, se lleva a cabo en todos los lugares imaginables e inimaginables. Las políticas públicas consideran que las innovaciones resulta ser un método dominante (Gouvea et al. 2020).

Para apoyar la ampliación de la innovación se tiene que convertir más en la difusión y sensibilización sobre la innovación empresarial como un instrumento fundamental para un mejor desarrollo; así como aumentar las líneas de financiamiento para proyectos de innovación para pequeñas empresas y pymes; mejorando la articulación entre las entidades que conforman el ecosistema empresas (Nambisan, 2019)

VI. CONCLUSIONES

1. La variable innovación estuvo desarrollando estudios en todas las organizaciones para lo cual deben adaptarse a los desconocidos cambios que requiere; sin embargo mantiene un efecto positivo desde el crecimiento resaltando la búsqueda tecnológica de mejorar los productos y servicios adaptando las ideas innovadoras con los constantes cambios, vinculando como máximo eje al emprendimientos que existen en las determinadas organizaciones, así como; de procesar los cambios de forma exitosa y complementándolos con la comunicación inter e intrapersonal del factor humano, gracias al manejo de emociones de forma empática, los aprendizajes y desarrollo de las capacidades, las competencias y conocimientos con el apoyo brindado desde un ejemplo positivo que va cambiando la idea de un efecto negativo por una determinada cantidad de emprendedores que no adquieren el hábito de tener una visión a largo plazo contribuyendo cambios para mejorar (Kraus et al., 2017; Flowers & Meyer, 2020). Se destacó que una organización para que se mantenga vigente es necesario aplicar ventajas y estrategias que establezca una sola estructura, marcando los procesos así como los sistemas de recompensas buscando personas predispuestas a realizar el cambio e induciendo a las fortalezas basadas en la innovación determinando un óptimo empeño en las competitividades que exige el mercado y agregando valores en la innovación, manifestando que las empresas vigorosas empleen decisiones para busca mejorar los emprendimientos (Christofi & Leonidou, 2018; Douglas & Prentice, 2019).

2. Concluye la capacidades que reclaman los mercados que determina planear y participar por parte de los emprendedores en las organizaciones, por ello, la innovación en base a la categoría de estrategia respalda a los emprendedores a comprender y va organizando adecuados cambios; determinando que se puede conseguir una ventajas fundamentales y relacionadas a las exigencias de los consumidores, a causa de convertirse en una organización sin crecimiento (Ahlstrom, Yang, Wang & Wu, 2018; Tseng & Tseng, 2019). Sin embargo, se estuvo ignorando a la innovación disruptiva donde los emprendedores no hicieron estudios relevantes tampoco sobrellevaron las empresas a otros mercados de éxito, no teniendo idea de los mercados destacados. Por otro lado, las empresas evaluaron las situaciones internas de la empresa en diversas perspectivas que mantuvieron a la innovación como un proceso tardío antes las crecientes rentabilidades en el mercado (Mazouz et al., 2019).

3. Se concluyó que la innovación en base a la gestión en las organizaciones debe fortalecerse de conocimientos para ampliar ideas y oportunidades de desarrollo

hacia los nuevos emprendimientos, con modelos de negocio que resalte la solidez de cada emprendedor. Se requiere ejecutar cambios continuos; sin embargo, resulta obligatorio renovar dichos emprendimientos cada cierto tiempo, valorando la aceptación del bien o servicio en los consumidores, fortaleciendo sus sistemas de proyectos de financiación de los efectos facultando a la innovación, con el apoyo absoluto en cada emprendedor se obtuvo una idea clara de encaminarla hacia el éxito. Teniendo en cuenta que la innovación no se trata de ser continuos, sino cambiantes. Las empresas desaprenden para generar un alto valor agregado e indagar lo nuevo, optimizando los procesos como puntos importantes (Mazouz et al., 2019; Lounsbury et al., 2018). La competencia resulta ser trascendental dentro de la innovación emprendedora porque genera mayor intervención por parte de los emprendedores en las empresas; de modo que, la innovación respaldó a las organizaciones a gestionar la disrupción en los líderes y mantener la innovación para así mantener las crecientes necesidades de los clientes (Kraus et al., 2017).

4. La innovación como propuesta de valor, contribuye que los cambios a las organizaciones ayudan a establecer modelos de negocios, con la única manera de fortalecer los productos, estuvieron alcanzando un desarrollo en los mercados productivos y competitivos brindando un conjunto como la variedad de productos y servicios para dar frente a la competencia (Ahlstrom, Yang, Wang & Wu, 2018). Por ello la tecnología señala no caer en malos consejos que no ayudaron a realizar y fortalecer la tecnología; sin embargo, resulta que se puede perfeccionar los procesos sin duda alguna; en consecuencia, la organización ayudó a los estudios el manejo de forma adecuada de los programas que ayudaron a adoptar a la tecnología influyendo a la organización en las empresas a desafiar el impacto generado por las oportunidades en aumentar su compromiso social, generando la fidelización del cliente, mejorando el compromiso de los colaboradores reteniendo a los talentos (Tseng & Tseng, 2019).

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que las empresas realicen audiencias sobre la información donde las innovaciones y el emprendimiento logren ser estudiadas a profundidad reducir los gastos inadecuados que estuvieron generando, resultando viable de efectuar en un corto periodo y así se implemente el emprendimiento por el cual se creen mejoras durante su economía y alta competitividad que vienen exigiendo los mercados. Las organizaciones estuvieron obligadas a contratar personal externo indicando como finalidad crear nuevas ideas del tercer mundo que establezcan los nuevos productos innovadores con gran impacto en el mercado frente a sus competidores para la realización de capacitaciones por mes dentro del horario de trabajo siendo guiados por un personal altamente capacitado e instruido capaz de manejar información real y práctico relacionado a la innovación ejecutando un factor de cambio en el emprendimiento viéndose reflejados consiguiendo como referencia y visión las empresas altamente exitosas.

2. Se recomendó sobre las empresas que realizaron innovaciones de gestión que debieron obtener conocimientos confiables, pudiéndose apoyar por asesores que ayuden a la organización asemejar los conocimientos de gestión, con las nuevas ideas y que los emprendedores se centren en los modelos de soluciones basado a los problemas que se presenten en las áreas, adoptando la gestión desde un proceso productivo, estos cambios siguieron contribuyendo a que las empresas emprendedoras obtengan un enfoque manifestando los conocimientos de gestión útiles frente a sus competidores. Asimismo, se plantearon ideas de los experimentados emprendedores exponiendo a la innovación de oportunidades desde una actitud clara y directa.

3. Se recomienda establecer grupos de personas con experiencia en el rubro y disposición en la realización de estrategias de innovación, las cuales se puedan evaluar y probar logrando ser ejecutadas en cada emprendimiento; de manera que, las empresas deben iniciar un estudio de mercado con el único propósito de valorar a sus competidores. Por otro lado, plantear estrategias innovadoras para las próximas investigaciones, donde los emprendedores mejoren obligatoriamente su autorrealización.

4. Se está recomendando que para las investigaciones futuras se deberá formar un amplio estudio con la innovación disruptiva, que está generando cambios

abruptos para la extensa rentabilidad de los emprendimientos, pero no se logran mejoras sin las decisiones y soluciones de los emprendedores que están migrando de un modelo comercial a otro modelo; dado que viene siendo un factor poco analizado por las empresas; no satisfaciendo las necesidades que exigen los clientes. Se debe realizar tertulias para aclarar cuales serían los nuevos estudios de mejora de las ideas innovadoras que los productos como los servicio generen poco riesgo en las organizaciones emprendedoras buscando las decisiones adecuadas ante un mundo competitivo. Cada emprendedor maneja una decisión distinta debido a que son líderes, teniendo en cuenta que desde que se crea una idea debe ser discutida por todos los emprendedores, para ello siempre es recomendable elegir la mejor decisión dejando de lado todo tipo de disputas y se manifieste una solución adecuada y enriquecedora.

REFERENCIAS

- Ahlstrom, D., Yang, X., Wang, L., & Wu, C. (2018). A global perspective of entrepreneurship and innovation in China. *Multinational Business Review*, 26(4), 302–318.
- Anzola-Román, P., Bayona-Sáez, C., & García-Marco, T. (2018). Organizational innovation, internal R&D and externally sourced innovation practices: Effects on technological innovation outcomes. *Journal of Business Research*, 91, 233–247.
- Arzubiaga, U., Kotlar, J., De Massis, A., Maseda, A., & Iturralde, T. (2018). Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: Unveiling the (actual) impact of the Board of Directors. *Journal of Business Venturing*, 33(4), 455–469.
- Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W., & Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 72–95.
- Ba, P. (2020). How transformational leadership facilitates radical and incremental innovation: the mediating role of individual psychological capital. *Science and Technology Development*
- Barragán, M., y Ayaviri, V. (2017). Innovación y emprendimiento, y su relación con el desarrollo local del pueblo de Salina de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. *Información tecnológica*, 28(6), 71-80
- Berger, E., Von Briel, F., Davidsson, P. y Kuckertz, A. (2019). Digital o no: el futuro del espíritu empresarial y la innovación. *Revista de Investigación Empresarial*.
- Bouncken, R., Ratzmann, M., Barwinski, R., & Kraus, S. (2020). Coworking spaces: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy. *Journal of Business Research*, 114, 102–110.
- Bouwma, J., Lenhart, C., Carter, R & Mundorff, K., Cho, H., Knoch, J. (2021). Inclusively Recognizing Faculty Innovation and Entrepreneurship Impact within Promotion and Tenure Considerations. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*.

- Busola Oluwafemi, T., Mitchelmore, S., & Nikolopoulos, K. (2019). Leading innovation: Empirical evidence for ambidextrous leadership from UK high-tech SMEs. *Journal of Business Research*.
- Calabrese, A., Castaldi, C., Fort & Ghirom, N. (2018). Sustainability-oriented service innovation: An emerging research field. *Cleanes Production*, 193, 533-548
- Camino, R. y Aguilar, A. (2017) Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *Innova Research*, 73-87
- Chatterjee, C., & Ramu, S. (2018). Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship. *IIMB Management Review*, 30(1), 62–72.
- Damanpour, F. (2017). Organizational Innovation. *Research encyclopedia, Business and management*
- De Giovanni, P., & Cariola, A. (2020). Process innovation through industry 4.0 technologies, lean practices and green supply chains. *Research in Transportation Economics*, 100869
- Donbesuur, F., Ampong, G. O. A., Owusu-Yirenkyi, D., & Chu, I. (2020). Technological innovation, organizational innovation and international performance of SMEs: The moderating role of domestic institutional environment. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120252.
- Douglas, E., & Prentice, C. (2019). Innovation and profit motivations for social Entrepreneurship: A fuzzy-set analysis. *Business Research*, 99, 69–79
- Escobar, O., Schiavone, F., Khvatova, T., & Maalaoui, A. (2021). Lead user innovation and entrepreneurship: Analyzing the current state of research. *Journal of Small Business Management*, 1–18.
- Farinha, L., Ferreira, J., & Nunes, S. (2018). Linking innovation and Entrepreneurship to economic growth. *Competitiveness Review*, 28(4), 451-475
- Fernández-Esquinas, M., van Oostrom, M. y Pinto, H. (2017). Temas clave sobre

- innovación, cultura e instituciones: implicaciones para las pymes y microempresas. *Estudios de planificación europea*, 25 (11), 1897-1907.
- Flikkema, M., Castaldi, C., de Man, A., -P., & Seip, M. (2019). Trademarks relatedness to product and service innovation: A branding strategy approach. *Research Policy*.
- Flowers, S., & Meyer, M. (2020). How can entrepreneurs benefit from user knowledge to create innovation in the digital services sector? *Journal of Business Research*.
- Fuetsch, E. & Suess-Reyes, J. (2017). Investigación sobre innovación en empresas familiares: ¿estamos construyendo una torre de marfil? *Journal of Family Business Management*, 7 (1), 44–92.
- Greco, M., Grimaldi, M., & Cricelli, L. (2020). Interorganizational collaboration strategies and innovation abandonment: The more the merrier? *Industrial Marketing Management*.
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M.-J. R., & Vora, G. (2020). The creative economy, innovation and entrepreneurship: an empirical examination. *Creative Industries Journal*, 14(1), 23–62.
- Hampel, C., Perkmann, M., & Phillips, N. (2019). Beyond the lean start-up: experimentation in corporate entrepreneurship and innovation. *Innovation*,
- Husada, Z. (2018). The impact of organization commitment to process and product innovation in improving operational performance. *International Business and Society*, 2(19), 335-346
- Ilg, P. (2018). Cómo fomentar la innovación de productos ecológicos en un sector inerte. *Revista de Innovación y Conocimiento*.
- Jia, X., Chen, J., Mei, L., & Wu, Q. (2018). How leadership matters in organizational innovation: a perspective of openness. *Management Decision*, 56(1), 6–25
- Jin, W., Zhang, H., Liu, S. y Zhang, H. (2019). Innovación tecnológica, regulación ambiental y eficiencia de factor total verde de los recursos hídricos industriales. *Journal of Cleaner Production*, 211, 61–69

- Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2018). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*.
- Lin, B. & Zhu, J. (2019). El papel de la innovación tecnológica de las energías renovables en el cambio climático: evidencia empírica de China. *Ciencia del Medio Ambiente Total*
- López, Falconi, López & Pomaquero (2018). Gestión de la innovación en las organizaciones. *CE Contribuciones a la economía*, 2-5.
- Lounsbury, M., Cornelissen, J., Granqvist, N. & Grodal, S. (2018). Cultura, innovación y emprendimiento. *Innovación*, 1–12.
- Matei, A. & Lupu, M (2020). Innovation in Romanian Entrepreneurship. *International Institute of Social and Economic Sciences*.
- Mazouz, A., Alnaji, L., Jeljeli, R., & Al-Shdaifat, F. (2019). Innovation and entrepreneurship framework within the Middle East and North Africa region. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 11(6).
- McDowall, W. (2018). Innovación disruptiva y transiciones energéticas: ¿es útil la teoría de Christensen? *Investigación energética y ciencias sociales*, 37, 243–246
- Mohammed, A., Osama, A. & Gamal, K. (2020). Effect of Organizational Innovation (Product Innovation, Process Innovation, and Administrative Innovation) On Organizational Learning. *Engineering & Management*. 12101
- Moya, P. y Molina, F. (2017). Innovación y Emprendimiento en el Discurso Político Chileno. *Revista de innovación y gestión de tecnología*, 12 (1), 93–99
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*
- Nguyen, D. (2018). El impacto del capital intelectual y los flujos de conocimiento sobre la innovación incremental y radical. *Revista Asia-Pacífico de Administración de Empresas*, 10 (2/3), 149-170

- Pandit, D., Joshi, MP, Sahay, A. y Gupta, RK (2018). Innovación disruptiva y capacidades dinámicas en economías emergentes: evidencia del sector automotriz indio. *Pronóstico tecnológico y cambio social*, 129, 323–329
- Román, P., Bayona-Sáez, C., & García-Marco, T. (2018). Organizational innovation, internal R&D and externally sourced innovation practices: Effects on technological innovation outcomes. *Journal of Business Research*, 91, 233–247
- Sariol, AM & Abebe, MA (2017). La influencia del poder del CEO en la innovación organizacional exploradora y explotadora. *Journal of Business Research*, 73, 38–45.
- Si, S., Zahra, S. A., Wu, X., & Jeng, D. J.-F. (2020). Disruptive innovation and entrepreneurship in emerging economics. *Journal of Engineering and Technology Management*, 58, 101601.
- Sinha, A., Sengupta, T. & Alvarado, R. (2019). Interacción entre la innovación tecnológica y la calidad ambiental: formulación de las políticas de los ODS para las próximas 11 economías. *Journal of Cleaner Production*, 118549
- Tseng, M., Wu, K.-J, Chiu, A., Lim & Tan, K. (2019) Reprint of: Services. innovation in sustainable product service systems: Improving performance under linguistic preferences. *International Production Economics*, 107492.
- Tyfield, D. (2018). Innovación innovadora: innovación disruptiva en China & la transición del capitalismo a bajas emisiones de carbono. *Investigación energética y ciencias sociales*, 37, 266–274
- Vallaster, C., Kraus, S., Merigó Lindahl, JM & Nielsen, A. (2019). Ética y emprendimiento: estudio bibliométrico y revisión de la literatura. *Journal of Business Research*, 99, 226-237.
- Wagemans, A. & Witschge, T. (2019). Examining innovation as process: Action research in journalism studies. *Convergence: the international Research into New Media Technologies*, 25(2), 209-224.
- Woschke, T., Haase, H. & Kratzer, J. (2017). Escasez de recursos en las pymes: efectos sobre innovaciones incrementales y radicales. *Management*

Research Review, 40 (2), 195-217

Yépez, M., Frías, E. & Asunción, R. (2019) Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad. *Veritas & Research*, 35-44.

Zeb, A., & Ihsan, A. (2020). Innovation and the entrepreneurial performance in women-owned small and medium-sized enterprises in Pakistan. *Women's Studies International Forum*, 79, 102342.

Zisis, N., Moya, P., & Molina, F. (2017). Percepciones de académicos sobre las dificultades para el fomento de la innovación y el emprendimiento: el caso de la FCFM de la Universidad de Chile. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12

ANEXOS
ANEXO 1:
Lista de estudios

Cód	Autor y año	Repositorio	Título	Búsqueda temporal
A001	Brem, A., Bilgram, V., & Marchuk, A. (2017)	Sciedirect	How Crowdfunding Platforms Change the nature of user innovation: From Resolution	Desde el 2017 hasta el 2021
A002	Hemphill, T. A (2020)	Sciedirect	The innovation governance dilemma: alternatives to the precautionary principle	Desde el 2017 hasta el 2021
A003	Maruccia, Y., Solazzo, G., Del Vecchio, P., & Passiante, G. (2020)	Sciedirect	Evidence of the application of network analysis to innovation systems and Quintuple Helix	Desde el 2017 hasta el 2021
A004	Ferraris, A., Bogers, M. L. A. M., & Bresciani, S. (2020)	Sciedirect	Performance of subsidiary innovation: balance between external knowledge sources and internal integration	Desde el 2017 hasta el 2021
A005	Arzubiaga, U., Kotlar, J., De Massis, A., Maseda, A., & Iturralde, T. (2018)	Sciedirect	Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: Revealing the (real) impact of the Board of Directors	Desde el 2017 hasta el 2021
A006	Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. Blind, K. (2019)	Sciedirect	The digital transformation of innovation and entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A007	Nieto & Mateo (2020)	Sciedirect	Innovation and entrepreneurship Without Markets	Desde el 2017 hasta el 2021
A008	López, Falconi, y Pomaquero (2018)	Latindex	Management of innovation in organizations	Desde el 2017 hasta el 2021
A009	Andronikidis, A., Karolidis, D., & Zafeiriou, G (2020)	Sciedirect	Reflections on the grounding of innovation and the viability of companies	Desde el 2017 hasta el 2021
A010	Yin, D., Ming, X., & Zhang, X (2020)	Sciedirect	Smart and Sustainable Product Innovation Ecosystem: A Review of the Inclusive State and Future Prospects	Desde el 2017 hasta el 2021
A011	Hilme8rsson, F. P., & (2020) Francis., F,	Sciedirect	Networking to accelerate the pace of SME innovations	Desde el 2017 hasta el 2021
A012	Babu., S, Sharma, Z, & Wu., Q. (2020)	Proquest	The impact of the organization's capital on business innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A013	Bhagavatula & Madambi (2019)	Ebsco	Innovation and entrepreneurship in India a Vision	Desde el 2017 hasta el 2021
A014	Douglas y Prentice (2019)	Sciedirect	Innovation and profit motivations for social entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A015	Dai., X, Li., Y, & Chen., K (2020)	Sciedirect	Direct demand attraction and indirect certification effects of public procurement for innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A016	Srinivasan & Venkatraman (2017)	Proquest	Entrepreneurship on digital platforms	Desde el 2017 hasta el 2021
A017	Wadhvani et al. (2020)	Ebsco	Innovation, intermediation Entrepreneurship a perspective	Desde el 2017 hasta el 2021
A018	Gouvea,et al (2020)	Ebsco	The creative economy, innovation and entrepreneurship an empirical test	Desde el 2017 hasta el 2021
A019	Giraldo & Otero (2017)	Sciedirect	The importance of innovation in the product to generate positioning in young people	Desde el 2017 hasta el 2021
A020	Mazouz et al (2019)	Ebsco	Innovation and entrepreneurship framework	Desde el 2017 hasta el 2021
A021	D'Attoma, I., & Ieva, M. (2020)	Sciedirect	Determinants of the success and failure of technological innovation: Does Marketing Innovation Matter?	Desde el 2017 hasta el 2021

A022	Chkir, I., Hassan, B. E. H., Rjiba, H., & Saadi, S. (2020)	Sciedirect	Does corporate social responsibility influence business innovation? International evidence	Desde el 2017 hasta el 2021
A023	O Brien (2019)	Sciedirect	Types of innovation and search for new ideas in the fuzzy interface	Desde el 2017 hasta el 2021
A024	Frigon, A., Doloreux, D., & Shearmur, R. (2020)	Sciedirect	Drivers of eco-innovation and conventional innovation in the Canadian wine industry	Desde el 2017 hasta el 2021
A025	Karlsson & Richardson (2019)	Proquest	Diversity, innovation and entrepreneurship Where are we and where should we go	Desde el 2017 hasta el 2021
A026	Muharram et al (2020)	Ebsco	Effect of process innovation and innovation market share in financial performance with moderating function of disruptive technology	Desde el 2017 hasta el 2021
A027	Ferreira, J. J. M., Fernandes, C. I., & Ferreira, F. A. F. (2020)	Sciedirect	Using failure as a path to innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A028	Giebel, M., & Kraft, K (2020)	Sciedirect	Offer of bank credit and innovation behavior of companies in the financial crisis	Desde el 2017 hasta el 2021
A029	Sprong et al (2021)	Sciedirect	Market innovation: literature review and new research	Desde el 2017 hasta el 2021
A030	Fang & Zhang (2020)	Sciedirect	Adoption of green innovations in project-based companies: an integrative view of the cognitive and emotional framework	Desde el 2017 hasta el 2021
A031	Tiberius, V., Schwarzer, H., & Roig-Dobón, S. (2020)	Proquest	Radical Innovations: Between Established Knowledge and Future Research Opportunities	Desde el 2017 hasta el 2021
A032	Mortazavi et al (2021)	Sciedirect	Mapping inclusive innovation: study Bibliometric and literature review	Desde el 2017 hasta el 2021
A033	Cheng & Zhuang (2018)	Proquest	Political connections, corporate innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A034	Bourke & Roper (2019)	Sciedirect	Innovation in legal services: the practices influencing ideation and coding activities	Desde el 2017 hasta el 2021
A035	Meng, Q., Wang, Y., Zhang, Z., & He, Y (2020)	Sciedirect	Subsidy strategy for green supply chain innovation considering consumer heterogeneity	Desde el 2017 hasta el 2021
A036	Herman (2018)	Proquest	Innovation and entrepreneurship for competitiveness in the EU an empirical analysis	Desde el 2017 hasta el 2021
A037	Riadhi (2019)	Ebsco	Innovation and entrepreneurship framework in the Middle East and region from North Africa	Desde el 2017 hasta el 2021
A038	Markovic, S., Jovanovic, M., Bagherzadeh, M., Sancha, C., Sarafinowska, M., & Qiu, Y. (2020)	Sciedirect	Priorities in Selecting Business Partners for Service Innovation: The Contingency Role of Product Innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A039	Hampel, C, Perkmann M & Philips, N(2019)	Sciedirect	Beyond Lean Start-up: Experimentation in Entrepreneurship and Innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A040	Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2018)	Sciedirect	Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches	Desde el 2017 hasta el 2021
A041	Ejdemo, T., & Örtqvist, D. (2020)	Sciedirect	Related variety as a driver of regional innovation and entrepreneurship: A moderated and mediated model with non-linear effects	Desde el 2017 hasta el 2021

A042	Bouwma, J. Lenhart, C. et al (20219)	Proquest	Inclusive recognition of the impact of innovation and entrepreneurship within the considerations of promotion and tenure technology, market and complexity	Desde el 2017 hasta el 2021
A043	Liu, J., Zhao, M., & Wang, Y. (2020)	Sciencedirect	Impacts of government subsidies and environmental regulations on green process innovation: A nonlinear approach	Desde el 2017 hasta el 2021
A044	Zhang, D. (2020)	Sciencedirect	Innovation dynamics -what are the housing market uncertainty's impacts	Desde el 2017 hasta el 2021
A045	Ortiz-de-Urbina-Criado, M., Nájera-Sánchez, J.-J., & Mora-Valentín, E.-M. (2018)	Ebsco	A Research Agenda on Open Innovation and Entrepreneurship: A Co-Word Analysis	Desde el 2017 hasta el 2021
A046	Si, S., Zahra, S. A., Wu, X., & Jeng, D. J.-F. (2020)	Sciencedirect	Disruptive innovation and entrepreneurship in emerging economics	Desde el 2017 hasta el 2021
A047	Markovic, S., Bagherzadeh, M., Dubiel, A., Cheng, J., & Vanhaverbeke, W. (2020)	Sciencedirect	Do not miss the boat to outside-in open innovation: Enable your employees	Desde el 2017 hasta el 2021
A048	Turner, K. L., Monti, A., & Annosi, M. C. (2020)	Sciencedirect	Disentangling the effects of organizational controls on innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A049	Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2018)	Sciencedirect	An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development	Desde el 2017 hasta el 2021
A050	Escobar et, al (2021)	Ebsco	User entrepreneurship; innovation; leading user theory; SMEs	Desde el 2017 hasta el 2021
A051	Watson, A., Senyard, J., & Dada, O. (Lola). (2020)	Sciencedirect	Acts of hidden franchisee innovation and innovation adoption within franchise systems	Desde el 2017 hasta el 2021
A052	Tian, H., Grover, V., Zhao, J., & Jiang, Y. (2020)	Sciencedirect	The differential impact of types of app innovation on customer evaluation Hengqi Tiana , Varun Groverb , Jing Zhaoa , *, Yi Jiang	Desde el 2017 hasta el 2021
A053	Chatterjee, C., & Ramu, S. (2018)	Proquest	Gender and its rising role in modern Indian innovation and entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A054	Yunis, M., Tarhini, A., & Kassar, A. (2018)	Sciencedirect	The role of ICT and innovation in enhancing organizational performance: The catalysing effect of corporate entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A055	Wu, C.-W., & Huarng, K.-H. (2017)	Sciencedirect	Global entrepreneurship and innovation in management	Desde el 2017 hasta el 2021
A056	Cumming, D., Ji, S., Peter, R., & Tarsalewska, M. (2020)	Proquest	Market manipulation and innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A057	Wang, X., Zhao, Y., & Hou, L. (2020)	Proquest	How does green innovation affect supplier-customer relationships? A study on customer and relationship contingencies	Desde el 2017 hasta el 2021
A058	Chen, Y., Wang, Y., Nevo, S., Benitez-Amado, J., & Kou, G. (2015)	Sciencedirect	IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity	Desde el 2017 hasta el 2021

A059	Qian, H. (2017)	Sciencedirect	Differentiation of the knowledge base in urban innovation and entrepreneurship systems	Desde el 2017 hasta el 2021
A060	Gray, R., Montresor, G., & Wright, G. C. (2020)	Sciencedirect	Processing immigration shocks: Firm responses on the innovation margin	Desde el 2017 hasta el 2021
A061	Polova, O., & Thomas, C. (2020)	Sciencedirect	How to perform collaborative servitization innovation projects: the role of servitization maturity	Desde el 2017 hasta el 2021
A062	Robayo Acuña, P. V. (2017)	Proquest	La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano	Desde el 2017 hasta el 2021
A063	Wang, J. J., Shi, W., Lin, Y., & Yang, X. (2020)	Sciencedirect	Relational ties, innovation, and performance: A tale of two pathways	Desde el 2017 hasta el 2021
A064	Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Nair, M., & Bennett, S. E. (2020)	Sciencedirect	The dynamics between entrepreneurship, innovation and economic growth in the euro zone countries	Desde el 2017 hasta el 2021
A065	Miller, F. A., & Lehoux, P. (2020)	Sciencedirect	The innovation impacts of public procurement offices: The case of healthcare procurement	Desde el 2017 hasta el 2021
A066	Nijssen, E. J., & Ordanini, A. (2020)	Sciencedirect	How important is alignment of social media use and R&D–Marketing cooperation for innovation success?	Desde el 2017 hasta el 2021
A067	Crespo, C. F., Lages, L. F., & Crespo, N. F. (2020)	Proquest	Improving subsidiaries' innovation through knowledge inflows from headquarters and peer subsidiaries	Desde el 2017 hasta el 2021
A068	Lin, Y., Pazgal, A., & Soberman, D. A. (2020)	Sciencedirect	Who is the winner in an industry of innovation?	Desde el 2017 hasta el 2021
A069	Meissner, D., & Kotsemir, M. (2017)	Proquest	Conceptualizing the innovation process towards the 'active innovation paradigm'—trends and outlook	Desde el 2017 hasta el 2021
A070	Wu, J., Wood, G., Chen, X., Meyer, M., & Liu, Z. (2019)	Sciencedirect	Strategic ambidexterity and innovation in Chinese multinational vs. indigenous firms: The role of managerial capability	Desde el 2017 hasta el 2021
A071	Kraus, S., Ribeiro-Soriano, D., & Schüssler, M. (2017)	Proquest	Fuzzy qualitative comparative analysis (fsQCA) in entrepreneurship and innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A072	Jenson, I., Doyle, R., & Miles, M. P. (2019)	Sciencedirect	An entrepreneurial marketing process perspective of the role of intermediaries in producing innovation outcomes	Desde el 2017 hasta el 2021
A073	Wang, L., Jin, J. L., Yang, D., & Zhou, K. Z. (2020)	Sciencedirect	Inter-partner control, trust, and radical innovation of IJVs in China: A contingent governance perspective	Desde el 2017 hasta el 2021
A074	Cusumano, M. A. (2017).	Proquest	The Puzzle of Japanese Innovation and Entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A075	Chai, L., Li, J., Tangpong, C., & Clauss, T. (2019)	Sciencedirect	The interplays of cooperation, conflicts, trust, and efficiency process innovation in vertical B2B relationships	Desde el 2017 hasta el 2021
A076	Niccum, B. A., Sarker, A., Wolf, S. J., & Trowbridge, M. J. (2017)	Proquest	Innovation and entrepreneurship programs in US medical education: a landscape review and thematic analysis	Desde el 2017 hasta el 2021
A077	Hampel, C., et al (2019)	Scopus	Beyond the lean start-up: experimentation in entrepreneurship and business innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A078	Mollinger-Sahba, A., Flatau, P., Schepis, D., & Purchase, S.	Sciencedirect	Micro-processes of public good social innovation in the Australian social impact investment market	Desde el 2017 hasta el 2021

	(2020)			
A079	Greco, M., Grimaldi, M., & Cricelli, L. (2020)	Sciencedirect	Interorganizational collaboration strategies and innovation abandonment: The more the merrier?	Desde el 2017 hasta el 2021
A080	Guo, H., Shen, R., & Su, Z. (2018)	Ebsco	The Impact of Organizational Legitimacy on Product Innovation: A Comparison Between New Ventures and Established Firms	Desde el 2017 hasta el 2021
A081	Meissner, D., Burton, N., Galvin, P., Sarpong, D., & Bach, N. (2020)	Sciencedirect	Understanding cross border innovation activities: The linkages between innovation modes, product architecture and firm boundaries	Desde el 2017 hasta el 2021
A082	Farinha, L., Sebastião, J. R., Sampaio, C., & Lopes, J. (2020).	Proquest	Social innovation and social entrepreneurship: discovering origins, exploring current and future trends	Desde el 2017 hasta el 2021
A083	Chege, S. M., Wang, D., & Suntu, S. L. (2020)	Proquest	Influence of Technology Innovation Intensity on Firm Performance: Technology Innovation on Firm Performance - Case of Kenya	Desde el 2017 hasta el 2021
A084	Kreider, R. B., & McCullagh, P. (2017).	Latindex	Innovation and Entrepreneurship in a Time of Shrinking Budgets	Desde el 2017 hasta el 2021
A085	Peša, I. (2017)	Proquest	The Developmental Potential of Frugal Innovation among Mobile Money Agents in Kitwe, Zambia	Desde el 2017 hasta el 2021
A086	Rudra & Mahendhiran (2019)	Sciencedirect	Corporate entrepreneurship as a strategic approach for the performance of internal innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A087	Rethel, L., & Sinclair, T. J. (2017)	Proquest	Innovation and the Entrepreneurial State in Asia: Mechanisms of Bond Market Development	Desde el 2017 hasta el 2021
A088	Dahms, S., Cabrito, S., & Kingkaew, S. (2020)	Sciencedirect	The role of networks, competencies, and IT advancement in innovation performance of foreign-owned subsidiaries	Desde el 2017 hasta el 2021
A089	Wu, Y.-C. J.(2017)	Ebsco	"Innovation and Entrepreneurship Education in Asia-Pacific	Desde el 2017 hasta el 2021
A090	Matzembacher, D. E., Raudsaar, M., Barcellos, M. D. de, & Mets, T. (2020)	Ebsco	Business Models' Innovations to Overcome Hybridity-Related Tensions in Sustainable Entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A091	Pedeliento, G., Bettinelli, C., Andreini, D., & Bergamaschi, M. (2018)	Sciencedirect	Consumer entrepreneurship and cultural innovation: The case of GinO12	Desde el 2017 hasta el 2021
A092	Tseng, M.-L., Wu, K.-J., Chiu, A. S., Lim, M. K., & Tan, K. (2019)	Ebsco	Reprint of: Service innovation in sustainable product service systems: Improving performance under linguistic preferences	Desde el 2017 hasta el 2021
A093	Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019).	Sciencedirect	The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes	Desde el 2017 hasta el 2021
A094	Piñeiro-Chousa, J., López- Cabarcos, M. Á., Romero-Castro, N. M., & Pérez- Pico, A. M. (2019)	Sciencedirect	Innovation, entrepreneurship and knowledge in the business scientific field: Mapping the research front	Desde el 2017 hasta el 2021
A094	Berger, E. S. C., von Briel, F., Davidsson, P., & Kuckertz, A.	Sciencedirect	Digital or not – The future of entrepreneurship and innovation	Desde el 2017 hasta el 2021

A095	Lounsbury, M.etal (2018)	Sciencedirect	Cultural innovation and entrepreneurship	Desde el 2017 hasta el 2021
A096	Ahlstrom, D., Yang, X., Wang, L., & Wu, C. (2018)	Sciencedirect	A Global Perspective on Entrepreneurship and Innovation in China	Desde el 2017 hasta el 2021
A097	Marvel, M. R., Wolfe, M. T., & Kuratko, D. F. (2020)	Sciencedirect	Escaping the knowledge corridor: How founder human capital and founder coachability impacts product innovation in new ventures	Desde el 2017 hasta el 2021
A098	Busola Oluwafemi, T., Mitchelmore, S., & Nikolopoulos, K. (2019)	Sciencedirect	Leading innovation: Empirical evidence for ambidextrous leadership from UK high-tech SMEs	Desde el 2017 hasta el 2021
A099	Lin, Y., Pazgal, A., & Soberman, D. A. (2020)	Ebsco	Who is the winner in an industry of innovation?	Desde el 2017 hasta el 2021
A100	Zacharias, N. A., Daldere, D., & Winter, C. G. H. (2020)	Sciencedirect	Variety is the spice of life: How much partner alignment is preferable in open innovation activities to enhance firms' adaptiveness and innovation success?	Desde el 2017 hasta el 2021
A101	Zhang, J. (2018)	Ebsco	Innovation, Entrepreneurship, and Economic Development in the Context of China's Institutional Change	Desde el 2017 hasta el 2021
A102	Yoon, H., Yun, S., Lee, J., & Phillips, F. (2015)	Ebsco	Entrepreneurship in East Asian Regional Innovation Systems: Role of social capital	Desde el 2017 hasta el 2021

ANEXOS

ANEXO 2:

Lista de estudios seleccionados

Cód.	Autores	Base de datos	Búsqueda de Palabra clave	Búsqueda temporal
A033	Cheng, L et al (2018)	Sciencedirect	Political connections, corporate innovation	Desde el 2017 hasta el 2021
A053	Chatterjee, Ch. et al (2017)	Scopus	Género; Innovación; Emprendimiento; Patentes; Mujeres emprendedoras; Ciencia y Tecnología emprendimiento;	Desde el 2017 hasta el 2021
A020	Mazouz, A., et al (2019)	Ebsco	emprendimiento corporativo, motor de innovación, liderazgo en innovación	Desde el 2017 hasta el 2021
A093	Nambisan, S.,et al (2019)	Sciencedirect	Innovación, Emprendimiento, Innovación digital, Plataformas digitales	Desde el 2017 hasta el 2021
A042	Bouwma, J., et al (2021)	Ebsco	innovación de la facultad; emprendimiento; promoción; tenencia;	Desde el 2017 hasta el 2021
A071	Kraus, S., et al (2017)	Ebsco	Emprendimiento. Innovación.	Desde el 2017 hasta el 2021
A094	Piñeiro J., et al (2019)	Scopus	Innovación Emprendimiento Bibliometría	Desde el 2017 hasta el 2021
A086	Rudra & Mahendhiran (2019)	Ebsco	Desempeño en innovación, Emprendimiento corporativo Entorno emprendedor	Desde el 2017 hasta el 2021
A046	Si, S.et al (2019)	Ebsco	Emprendimiento, innovación investigar perspectivas; regional	Desde el 2017 hasta el 2021
A014	Douglas & Prentice (2019)	Sciencedirect	Innovación, Emprendimiento, Economías emergentes, Crecimiento económico	Desde el 2017 hasta el 2021
A018	Gouvea et al. (2020)	Science Direct	Emprendimiento; Innovación; Crecimiento económico	Desde el 2017 hasta el 2021
A021	Flowers & Meyer (2020)	Ebsco	Cómo pueden los emprendedores beneficiarse del conocimiento de los usuarios para crear innovación en el sector de servicios digitales	Desde el 2017 hasta el 2021
A023	Zeb & Ihsan (2020)	Scopus	Innovación y desempeño empresarial en pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres en Pakistán	Desde el 2017 hasta el 2021
A025	Christofi & Leonidou (2018)	ScienceDirect	Un marco integrador de participación de las partes interesadas para la gestión de la innovación y el desarrollo del espíritu empresarial	Desde el 2017 hasta el 2021
A026	Escobar et al. (2021)	Scopus	Innovación y emprendimiento del usuario líder	Desde el 2017 hasta el 2021
A030	Lopez et al. (2018)	ScienceDirect	Gestión de la innovación en las organizaciones. CE Contribuciones a la economía	Desde el 2017 hasta el 2021
A031	Barragan & Ayaviri (2017)	Ebsc	Innovación y emprendimiento, y su relación con el desarrollo local del pueblo de Salina de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. Información tecnológica	Desde el 2017 hasta el 2021
A033	Yepez et al. (2019)	Ebsco	Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad.	Desde el 2017 hasta el 2021
A035	Farinha et al. (2018)	Scopus	Linking innovation and Entrepreneurship to economic growth. Competitiveness	Desde el 2017 hasta el 2021
A036	Ahlstrom et al. (2018)	Ebsco	Una perspectiva global del espíritu empresarial y la innovación en China	Desde el 2017 hasta el 2021
A042	Arzubiaga et al. (2018)	Scopus	Entrepreneurial orientation and innovation in family SMEs: Unveiling the (actual) impact of the Board of Directors	Desde el 2017 hasta el 2021

ANEXO 3: Matriz de Hallazgos

AÑO	AUTOR	TITULO	HALLAZGO
2021	Escobar et, al	Innovación y emprendimiento del usuario líder: análisis del estado actual de la investigación	Los hallazgos no aclaran si la naturaleza centrada en el usuario de las nuevas empresas creadas por innovadores afecta de alguna manera las características organizativas y estratégicas de las empresas, que suelen ser bastante típicas como en los procesos informales, niveles jerárquicos bajos, aprendizaje práctico, etc.
2018	Cheng, L, Cheng H & Zhuang, Z	Conexión política innovación empresarial y emprendimiento	Varios estudios encuentran que las conexiones políticas contribuyen a los comportamientos innovadores de las empresas, por medio de estas conexiones se genera menos incertidumbre en las organizaciones donde hay más aportaciones gubernamentales que ayuda a mejorar la innovación empresarial.
2019	Prentice C, Douglas E	Innovación y motivaciones de lucro para las redes sociales emprendimiento: un análisis de conjuntos difusos	También encontramos diversas relaciones asimétricas con hombres como mujeres, y los individuos dentro de la organización que son más jóvenes y mayores, se encuentran en diferentes regiones para, el contraste con los hallazgos de los análisis proporcionados. A menudo tiene un efecto a favor.
2017	Chatterjee, C, Ramu, S	El género y su papel cada vez más importante en la innovación y el espíritu empresarial modernos de la India	El hallazgo que se presenta dentro este artículo se manifiesta mediante la importancia labor de la mujer con la innovación y las diversas actividades hacia el espíritu empresarial que va en constante incremento. Por otro lado, aún existen brechas dónde las mujeres alcancen la igualdad y cumplan las mismas funciones con el otro género dentro de la organización.
2019	Yepez et al.	Innovación y emprendimiento como nuevo reto del siglo XXI en la sociedad.	Este hallazgo relata a las opiniones en base al espíritu empresarial que fueron adoptadas, con la promesa de que este enfoque pueda beneficiarse con los procesos de innovación corporativa y su vez que el emprendimiento corporativo acelere y reduzca el gasto de recursos y que aumente las posibilidades de éxito.
2019	Mazouz, A, Alnaji, L, & Jeljeli, R, et al	Marco de innovación y emprendimiento en la región de Medio Oriente y África del Norte	El hallazgo dentro de la innovación y el espíritu empresarial corporativo demuestra que los elementos requeridos que la corporación ofrecería a la innovación y de cómo las cualidades que posee cada individuo para ser creativo e innovador dentro de una organización. Las ideas empiezan cuando ambos se encuentren sincronizados vez que los se encuentren satisfechos, se ejecuta el modo creativo corporativo.
2020	Gouvea, R, Kapelianis, D & Montoya, R	La economía creativa, la innovación y el espíritu empresarial: un examen empírico	Este estudio contribuye a la innovación sobre emprendimiento, que permite emplear el trabajo sustancial realizado en la organización. En el emprendimiento social, por lo tanto, se valora y tratar de separar los elementos de innovación, donde se vincula, así como, con indicadores a en general en todo el contexto.
2019	Nambisan, S, Wriqht, M & Feldman	La transformación digital de la innovación y el emprendimiento: avances, desafíos y temas clave	El hallazgo central en las consecuencias de la apertura dentro de los niveles de la innovación. Por ejemplo, los estudios mencionan que las motivaciones de las personas para participar o contribuir, así como para adoptar nuevas ideas en la innovación capte la atención del emprendimiento colaborativo, basado en la organización.
2021	Bouwma, J. Lenhart, C. et al	Reconocimiento inclusivo del impacto de la innovación y el espíritu empresarial dentro de las consideraciones de tecnología de promoción y tenencia, mercado y complejidad	Con el tiempo, en las organizaciones se puede haber indagado el valor de varios tipos e impactos de la Innovación y el Espíritu Empresarial, tal como se refleja en los planes estratégicos. Dicho compromiso correspondiente genera que el capitalismo posicione a los hallazgos de la investigación como conocimiento de valor para la sociedad, incluso el sector privado.
2018	Lopez et al.	Gestión de la innovación en las organizaciones. CE Contribuciones a la economía	El conocimiento de la gestión y el conocimiento de la ingeniería son de gran importancia para facilitar la innovación y el espíritu empresarial de alta tecnología. Además, el conocimiento de las artes y las humanidades se asocia positivamente con la innovación, pero no con el espíritu empresarial.
2018	Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A.	Un marco integrador de participación de las partes interesadas para la gestión de la innovación y el desarrollo del espíritu empresarial	Los hallazgos indican como una brecha transmitir los conocimientos, la creación de redes y las lecciones para las mejores prácticas, que mejora el desarrollo del espíritu empresarial. En base a esto la investigación señala que las redes sociales resultan un tema bajo investigación de la relación entre la participación en las redes sociales y la gestión de la innovación para el desarrollo del emprendimiento.
2021	Barragan & Ayaviri (2017)	Innovación y emprendimiento, y su relación con el desarrollo local del pueblo de Salina de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador. Información tecnológica	La mayoría de los estudios anteriores no incluyeron la evaluación de las oportunidades y amenazas existentes en el desarrollo de un modelo de negocio innovador. Este estudio intenta incluir la contribución de la evaluación de oportunidades y riesgos.
2017	Kraus, S., Ribeiro-Soriano, D., & Schüssler, M.	Análisis comparativo cualitativo difuso (fsQCA) en emprendimiento e innovación	La elección de los datos de acuerdo con los campos seleccionados y su interpretación también para direcciones potenciales futuras representan otra limitación para la subjetividad de los investigadores. El desempeño particularmente firme a menudo junto con la innovación representa el enfoque principal de los sujetos tratados.

AÑO	AUTOR	TITULO	HALLAZGO
2019	Piñeiro et al. 2019	Innovación, emprendimiento y conocimiento en el ámbito científico empresarial: mapeo del frente de investigación.	Hay muchos temas de investigación poco explorados relacionados con cómo formas específicas de conocimiento facilitan la innovación y el espíritu empresarial y, en última instancia, conducen al crecimiento económico. Nuestros resultados también pueden ser valiosos para profesionales como el capital de riesgo o las incubadoras de empresas que buscan nuevas empresas de alto potencial innovadoras y basadas en el conocimiento.
2019	Rudra & Mahendhiran (2019)	El emprendimiento corporativo como enfoque estratégico para el desempeño de la innovación interna	El uso de métodos externos para la innovación, como fusiones y adquisiciones, las empresas no pueden mantener la innovación, la proactividad y el comportamiento de riesgo de los empleados a menos que se centren en la innovación interna. Las ventajas de utilizar estrategias innovadoras son notables, ya que se ha demostrado que el espíritu empresarial facilita el comportamiento innovador dentro de muchas empresas reconocidas a nivel mundial y mantiene la competitividad empresarial.
2020	Zeb & Ihsan	Innovación y desempeño empresarial en pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres en Pakistán	El presente estudio ha demostrado que tanto la innovación como el espíritu empresarial tienen un impacto en el desempeño y la innovación actúa como un mediador entre estos dos, por lo que las mujeres emprendedoras deben esforzarse mucho para mejorar su desempeño centrándose más en rasgos como la toma de riesgos y la necesidad de logro.
2020	Flowers, S., & Meyer, M. (2020).	¿Cómo pueden los emprendedores beneficiarse del conocimiento de los usuarios para crear innovación en el sector de servicios digitales?	En esta exploración se podría implementar una variedad de métodos diferentes, incluidos el estudio de casos y los enfoques cuantitativos, ya que esto permitiría desarrollar una comprensión teóricamente rigurosa e informada de este nuevo fenómeno. La contribución teórica del artículo propone una reevaluación de la noción de conocimiento del usuario y límites firmes en el sector de servicios digitales. El documento concluye delineando direcciones para futuras investigaciones en esta área.
2019	Si, S., Ahlstrom, D., Wei, J., & Cullen, J.	Negocios, espíritu empresarial e innovación hacia la reducción de la pobreza	El Emprendimiento y Desarrollo Regional sobre negocios, emprendimiento e innovación hacia la reducción de la pobreza ha publicado un trabajo que genera nuevos conocimientos sobre la naturaleza de la reducción de la pobreza y las actividades de negocios, emprendimiento e innovación tanto en economías desarrolladas.
2018	Arzubiaga, U., Kotlar, J., De Massis, A., Maseda, A., & Iturralde, T. (2018).	Orientación e innovación emprendedora en las pymes familiares: Desvelando el impacto (real) del Consejo de Administración	Indican la oportunidad de futuras investigaciones para examinar más a fondo las funciones, contribuciones y aportaciones dentro de las PYMES, dependiendo del grado como del tipo de participación familiar en la empresa. Los hallazgos difieren del efecto de la representación femenina en la junta en la toma de decisiones estratégicas
2018	Ahlstrom, D., Yang, X., Wang, L., & Wu, C.	Una perspectiva global del espíritu empresarial y la innovación en China	La innovación orientada al consumidor representa una habilidad clave que a las empresas chinas indígenas les gustaría desarrollar la evolución conjunta de las estrategias de los empresarios chinos y su entorno institucional, que puede resultar en un estilo único de espíritu empresarial e innovación, quizás más factible tanto en las economías en transición como en las emergentes, podría ser una mina de oro proverbial para que los investigadores y profesionales la exploren en el país. los próximos años.
2018	Frainha et al	Linking innovation and Entrepreneurship to economic growth. Competitiveness	las opiniones en base al espíritu empresarial que fueron adoptadas, con la promesa de que este enfoque pueda beneficiarse con los procesos de innovación corporativa y su vez que el emprendimiento corporativo acelere y reduzca el gasto de recursos y que aumente las posibilidades de éxito

ANEXO 4

Rejilla de revisiones sistemáticas

N°	Referencia de la fuente (artículo indexado)	Base de datos	Año	Metodología	Palabras claves	Muestra	Hallazgos - Conclusiones	Recomendaciones	Limitaciones del estudio
1	Escobar et, Journal of Ebsco al Innovación Small Business emprendimie Management del ent usuario líder:	Ebsco	2021	Escob ar et, al	Emprendimi ento del usuario; inno vación; teoría del usuario	Cantidad y porcentaje donde se realizó los artículos	Los hallazgos no aclaran si la naturaleza centrada en el usuario de las nuevas empresas creadas por innovadores y son bastante típicas como en las	La recomendación es ampliar características esperadas y estratégicas de las empresas	Algunas limitaciones específicas n oportunidades generalmente se conocen en las empresas más grandes.
2	Cheng, L, China Ebsco Cheng H & Economic (Zhuang, Z Review. política	Ebsco	2018	Cheng et al.	Conexiones políticas, innovación cooperativ a ,espiritu	Estudios teóricos	Varios estudios encuentran que las conexiones políticas contribuyen a losrecomendaciones innovadores económicos de las empresas, por medio de proyectos como actividades	Aumentar la inversión enUn emprendedor conservador que puedeindicar el soporte necesario para seguir manteniendo los recursos de otrosbeneficios sociales y mitigar los escasos recursos	Un emprendedor conservador que puedeindicar el soporte necesario para seguir manteniendo los recursos de otrosbeneficios sociales y mitigar los escasos recursos
3	Management and Organizati on Review N & Grodal	Ebsco	2018	Lounsbury et al.	cultura; innovación; cultural, emprendimi ento Espiritu innovador	Estudios teóricos	Estos hallazgos demuestranSe revisa los artículosA medida que aumentan los que las personas cuentan con avances de las nuevas más probabilidades de nuestra comprensión de loorganizaciones, sus recursos asociarse de manerainnovación y el espiritualmente cambian y se empática y que permitaempresarial desde lavuelven inútiles, esto produjo a gestionar simbólicamente lasperspectiva culturallos empresarios a evaluar sus intenciones empresariales demantiene un conocimientocondiciones.	Se revisa los artículosA medida que aumentan los avances de las nuevas más probabilidades de nuestra comprensión de loorganizaciones, sus recursos asociarse de manerainnovación y el espiritualmente cambian y se empática y que permitaempresarial desde lavuelven inútiles, esto produjo a gestionar simbólicamente lasperspectiva culturallos empresarios a evaluar sus intenciones empresariales demantiene un conocimientocondiciones.	A medida que aumentan los avances de las nuevas más probabilidades de nuestra comprensión de loorganizaciones, sus recursos asociarse de manerainnovación y el espiritualmente cambian y se empática y que permitaempresarial desde lavuelven inútiles, esto produjo a gestionar simbólicamente lasperspectiva culturallos empresarios a evaluar sus intenciones empresariales demantiene un conocimientocondiciones.
4	Prentice C, Journal of Business Research de innovación y ganancias	Sciendo	2019	Prentice et al.	Intenciones emprendedoras, innovación, emprendimi ento	Estudios teóricos	Los hallazgos de los análisisSe encarga de ofrecerTambién encontramos diversas proporcionados tienen sugerencias para unarelaciones asimétricas con efecto a favor que seaproporciona información de la encuentra que ser hombre esNuestros hallazgos puedenindividuos dentro de la negativa y significativamenteno difundir a otros países,organización que son más relacionados respaldando losperojóvenes y mayores, se	Se encarga de ofrecerTambién encontramos diversas sugerencias para unarelaciones asimétricas con información de la encuentra que ser hombre esNuestros hallazgos puedenindividuos dentro de la no es representativajóvenes y mayores, se	También encontramos diversas sugerencias para unarelaciones asimétricas con información de la encuentra que ser hombre esNuestros hallazgos puedenindividuos dentro de la no es representativajóvenes y mayores, se
5	Chatterjee, Management Review	Ebsco	2017	Chatterjee & Ramu.	Género; Innovación; Emprendimi ento; Patentes; Mujeres	Estudios teóricos	El hallazgo que se presenta dentro este artículo se manifiesta mediante importancia labor de la mujer con la innovación y diversas actividades hacia el	Varios académicos formularon recomendaciones para aumentar la participación la comunicación, como Internet	Las limitaciones son ido acceso Ya redes de apoyo y tutoría, falta de conocimientos técnicos y paracomerciales, falta de acceso a tecnologías de la información y la comunicación, como Internet
6	Hampel, C, Perkmann M & Philips, N.	Ebsco	2019	Hampel et al.(2019)	Innovación; corporativo, emprendimi ento	Estudios teóricos	Este hallazgo relata a las opiniones en base al espíritu empresarial que fueron adoptadas, con la promesa de que este enfoque pueda beneficiarse con los procesos	Requerir técnicas personal para atender las limitaciones o instrucciones derivadas del mercado mucho antes que en la práctica	Requerir técnicas personal para atender las limitaciones o instrucciones derivadas del mercado mucho antes que en la práctica
7	Mazouz, A, Journal of Science, Jeijeli, R, et alTechnology	Sciendo	2019	Mazouz et al.	emprendimi ento corporativo, motor de innovación.	Estudios teóricos	Demuestra que los elementos requeridos que la corporación ofrecería a la innovación como las cualidades que posee cada individuo para ser	las organizaciones poseen las cualidades necesarias para el espíritu queempresarial	
8	Nambisan, S, Journal of Business Research	Sciendo	2019	Nambisan et al.	Transformación digital	Estudios teóricos	El hallazgo central en las consecuencias de la apertura dentro de los niveles de la innovación. y nuevas ideas. n		En el entorno organizacional, los estudios señalaron las decisiones de las organizaciones iniciadas.

9	Chong, M. B., Yulan, H., & Farias, Z..	La motivación en los negocios: estrategias de innovación	2018	Chong et al	cualitativo	Estudios teóricos	A nivel de país, se escucha sobre el carácter parcial y limitado con el que la innovación ha sido entendida y tratada. Este carácter
10	Ali, A., Warren, D., Mathiassen, L., & Cloud-based business services	Innovación y servicios empresariales	2017	Ali., 2017	cualitativo	Estudios teóricos	Permite a los investigadores analizar y abordar nuevos mercados, sintetizando como abordar la productividad en emprendimiento, y mejorar la competitividad según los proveedores de servicios empresariales
11	Christofi, Leonidou, & Vrontis	Un marco integrador de ciencias participativas de las partes	2018	Christofi et al.	cualitativo	Gestión de la innovación y desarrollo del espíritu empresarial	Es importante destacar los emprendedores más bien un marco que el de emprendimientos amplios su búsqueda multidimensional e integrador al contribuir a los cambios de informaciónes como la tecnología según la satisfacción del mercado que se pueden incorporar otros los detalles que pueden implementando los alcances actores en el futuro. necesitan mayor geográfico de la muestra de
12	Gouvea, R., Kapelani, D., Montoya, M.-J., & Vora	empresarial: un examen empírico	2020	Gouvea, R. et al. 2020	cualitativo	Economía creativa; emprendimiento; innovación; social; emprendimiento	La creatividad e innovación, una combinación que a menudo es problemática en la literatura. En segundo lugar, discutimos de la economía creativa y vinculamos la economía creativa.
13	Kraus, Ribeiro, D., & M. Fuzzy qualitative comparative	International Entrepreneurship and Management	2017	Kraus, S., Ribeiro-Soriano, D., & Schüssler, M.	Cualitativa	Análisis comparativo cualitativo de conjuntos difusos	La elección de los datos dese acuerdo con los campos seleccionados y su interpretación también para direcciones futuras representan otra limitación para la subjetividad de los datos
14	Piñero-Chousa, J., López-Cabarcos, M. Á., Romero-Castro, N. M., & Pico	Journal of Business Research	2019	Piñero-Chousa, J., López-Cabarcos, M. Á., Romero-Castro, N. M., & Pico	Cualitativa	Innovación y emprendimiento	La innovación y el emprendimiento son dominios dinámicos para los estudios de investigación donde se agregan desafíos y nuevas oportunidades
15	Tseng, C.-C., & Corporate Entrepreneurship as a strategic approach for	Journal of Business Research	2019	Tseng, C.-C., & C.-C.	Cuantitativa	Desempeño en innovación, emprendimiento corporativo	El marco sistemático que proponemos servir de guía para la gestión empresarial. En lugar de perseguir implacablemente el objetivo de generar un
16	Fernandes, I., Veiga, P., Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, C., & Sustainable Development	International Journal of Social Ecology and Sustainable Development	2017	Fernandes et al	Cuantitativa	Base de datos empresariales Ambientales, OCDE, Desarrollo Regional	Se demostró no solo cómo las infraestructuras requeridas para el lanzamiento de nuevas empresas, inversiones públicas para hacer que las conclusiones innovadoras sean más productivas con el medio ambiente y, por lo tanto, privado con las necesidades de los correspondientes de que se investigan este

<p>17 Matei, S. & Lupu, B., 2020. Innovación disruptiva, emprendimiento romanas novedad, enfoques emprendedores</p>	<p>Matei, S. & Lupu, B. 2020. Innovación disruptiva, emprendimiento romanas novedad, enfoques emprendedores</p>	<p>deUna estrategia en lasempresas deEmpresas queRomper las reglas del nuevasnegocio es una forma de innovacion en el elemento como: un nuevo proceso de distribución, innovación, pero requiere, siendo la ventaja proceso de venta, un conocimiento más preciso competitiva el cambio de nuevo método de las mismas, para las reglas existentes parafabricación, evitación total determinar cuál de estas la realización de negocios de intermediarios de reglas podría violarse y en La adopción de una distribución, atraer una que condiciones.</p>	<p>deUna estrategia en lasempresas deEmpresas queRomper las reglas del nuevasnegocio es una forma de innovacion en el elemento como: un nuevo proceso de distribución, innovación, pero requiere, siendo la ventaja proceso de venta, un conocimiento más preciso competitiva el cambio de nuevo método de las mismas, para las reglas existentes parafabricación, evitación total determinar cuál de estas la realización de negocios de intermediarios de reglas podría violarse y en La adopción de una distribución, atraer una que condiciones.</p>
<p>18 Yépez, F. & Asunción, R. 2019. Suma de Negocios</p>	<p>Yépez, F. & Asunción, R. 2019. Suma de Negocios</p>	<p>Innovación yD Emprendimiento como nuevo reto delDefinir los fundamentos de usuario; innova emprendimiento eacadémica en relación con variables en el mercado. Por ello se las organizaciones deben crecer de acuerdo a sus aspectos diferentes</p>	<p>Innovación yD Emprendimiento como nuevo reto delDefinir los fundamentos de usuario; innova emprendimiento eacadémica en relación con variables en el mercado. Por ello se las organizaciones deben crecer de acuerdo a sus aspectos diferentes</p>
<p>19 Robayo Acuña, P. 2017. Suma de Negocios</p>	<p>Robayo Acuña, P. 2017. Suma de Negocios</p>	<p>El análisis de estudio es descriptivo se realizó en una empresa de sector grafico colombiano</p>	<p>El análisis de estudio es descriptivo se realizó en una empresa de sector grafico colombiano</p>
<p>20 Ademar, Schmitz, A., Urbano, D., Dandolini, G. A., de Souza, J. A., & Guerrero, M. 2017. Innovación y Emprendimiento</p>	<p>Ademar, Schmitz, A., Urbano, D., Dandolini, G. A., de Souza, J. A., & Guerrero, M. 2017. Innovación y Emprendimiento</p>	<p>Innovación académica. Emprendimiento Académico. Universidad innovadora. emprendedora</p>	<p>Innovación académica. Emprendimiento Académico. Universidad innovadora. emprendedora</p>
<p>21 Giraldo & Otero. 2017. La importancia del valor del producto</p>	<p>Giraldo & Otero. 2017. La importancia del valor del producto</p>	<p>Relación entre las características demográficas del consumidor y la de productos.</p>	<p>Relación entre los consumidores de innovadores y productos que atraer El liderazgo ambidestro que se en las pymes y hemos se discutido cómo los líderes de las pymes pueden</p>
<p>22 Ghezzi, Cavallo, C. A. & Ebsco. 2017. Innovación de modelo de negocio ágil emprendimiento digital: enfoques de nuestra en</p>	<p>Ghezzi, Cavallo, C. A. & Ebsco. 2017. Innovación de modelo de negocio ágil emprendimiento digital: enfoques de nuestra en</p>	<p>El objetivo de hacer crecer "ecosistema de innovación" capaz acelerar traducción de</p>	<p>El objetivo de hacer crecer "ecosistema de innovación" capaz acelerar traducción de</p>

<p>Se realizó una revisión bibliográfica sistemática, en la que se analizaron los artículos indexados en Web of Science y se sometieron a un análisis bibliométrico.</p>	<p>Brem, A., Bilgram, V., & Marchuk, A.</p>	<p>Innovación disruptiva, emprendimiento científico, novedad, enfoques emprendedores.</p>	<p>La innovación de procesos se da por introducción de nuevos materiales, técnicas, sistemas unutilizando un método laproducción o de distribución. Se presentan métodos que se utilizan para una innovación de proceso como el método de producción y método de entrega.</p>
<p>23</p>	<p>Wang, R., Chebo, A.</p>	<p>Journal of Small Business Management</p>	<p>Algunas limitaciones específicas u oportunidades inesperadas que generalmente no se conocen en las empresas más grandes.</p>
<p>24</p>	<p>Wang et al.</p>	<p>Ebsco</p>	<p>La naturaleza centrada en el usuario de las nuevas empresas creadas por innovadores y son ser características bastante típicas como enorgánicas de los procesos informales, estratégicas de niveles jerárquicos bajos, empresas aprendizaje práctico, etc.</p>
<p>25</p>	<p>Arzubiaga, Koflar, J.</p>	<p>Journal of Business Research</p>	<p>Los hallazgos de los análisis proporcionados tienen un efecto a favor de los hallazgos que serían negativos para otros países, pero no es significativamente respaldado por los hallazgos de que las mujeres tienen más probabilidades de participar en actividades sociales de espíritu empresarial.</p>
<p>26</p>	<p>Lin, Y., Pazgal, A., & Soberman, D. A.</p>	<p>International Journal of Research in Marketing</p>	<p>El modelo identifica las condiciones del mercado que llevan al competidor a beneficiarse más que al innovador que desarrolla la innovación. Creemos que estas dinámicas fundamentales para explicar la alta rentabilidad general en categorías caracterizadas por la alta ganancia del producto mejorado.</p>

27	Lounsbury, M Cornelissen, Jnt Granqvist, N & Ebsco Grodal. n Review	2020	Lounsbury et al. 2020	Qualitative Espirito innovador	cultura; innovación, emprendim iento Espirito innovador	Se revisa los artículosLas nuevasSustenta como la personasdestacando cómo avanzanorganizaciones, innovación recrea los los másnuestra comprensión de inicialmente cambiandiversos enfoque de los probabilidades deinnovación y el espíritu se vuelven inútiles estudios mostrando el las intenciones empresarial desde laesto produjo a los avance y comprensión de los empresariales perspectiva culturaltempresarios a los emprendedores de las mantiene un conocimientoevaluar sus,variables. sobre la innovacióncondiciones. organizacional.
28	Wadhvani et al. Management Review	Ebsco	Wadhvani et al. 2020	de o	Base de datos datos	Varios académicos yLas limitaciones sonEl trabajo en las expertos formularon variasinsuficientes alorganizaciones, al constituyeron que la recomendaciones paracapital, incluida la cantidad femenina no desea aumentar la participación falta sentirse desplazada de las empresas tecnológicas
29	Frigon, A., Organizatio Doloreux, D., & Ebsco Shearmur, R. nt	Ebsco	Frigon et al. 2020	de o	Base de datos datos	Este hallazgo relató las La innovación y opiniones en base alRequerir técnicas o emprendedurismo menciona a los gerentes promesa de que este personal para mantener una organización enfoque se beneficie con los y analizar de manera desapasionada de procesos de innovación con emprendimiento. amenazas y contribuir
30	Zhang, J. La participación de las partes interesadas	Sciendo	Zhang 2018	de o	Mejorar para las lagunas de investigación creadas, así como las futuras investigaciones	Los emprendedores amplios su búsqueda es un marco exhaustivo, informaciones como sino más bien un marco la satisfacción delmultidimensional e mercado integrador al que se pueden implementando losincorporar otros actores en alcances geográficosel futuro. de la muestra de
31	Gouvea, R., Kapelianis, D., Creative Montoya, M.-J. industries R., & Vora journal	Ebsco	Gouvea et al. 2019	de o	La muestra y su asociación de manera positiva según el tamaño del mercado.	Nada de lo anterior es Si esta animación da como posible sin el espíritu como resultado una puesta en creativo que anima el celo puesta en marcha, una empresa empresarial de un individuo una empresaestablecida mejorada o una o de un grupo de individuos, establecida mejoradaorganización no o una organización nogubernamental es de menor gubernamental es de importancia que la actividad
32	Maruccia, Y., Technolog Solazzo, G., al Del Vecchio, Forecasting P., & Proquest Passiante, G. Social Change,	Proquest	Maruccia et al. 2020	de o	La muestra en este estudio son, cualitativ o de propietarios de tejidos de PYME	Si las empresas no son capaces de modificarse para adaptarse a lo nuevo, corren el riesgo de estancarse o desaparecer en el mercado.

33	Sulistyo & Siyamintih	Scientific Research	2017	2017	Capacidad de innovación de las PYME a través del espíritu empresarial, el capital relacional y el empoderamiento	Emprendimiento de la muestra en este estudio los propietarios de PYME	Las buenas capacidades de innovación en la industria no se examinarán en la organización fomentada y el papel de la innovación y el desarrollo de productos sostenibles. Los resultados contribuyen a la investigación preliminar sobre el espíritu empresarial, el capital relacional, y destrezas del factor humano	Se centran en investigar el papel de las capacidades de innovación de las PYME a través del espíritu empresarial, el capital relacional, y destrezas del factor humano
34	Giraldo & Otero	Journal of Business Research	2017	2017	Innovación de producto, posicionamiento, emprendimiento empresarial	Base de datos de factores de innovación	Respecto a la investigación de los instrumentos que permiten tener una innovación en los productos innovados entre las empresas de innovación	Futuras líneas de investigación podrían analizar el efecto de los instrumentos con el propósito de atraer los recursos que se necesitan y superar las barreras que se presentan en la innovación
35	Fernandes, C. I. I., Veiga, P. M., Peris-Ortiz, M., & Rueda-Armengot,	International Journal of Social Ecology and Sustainable Development	2017	2017	Patentes ambientales, OCDE, Desarrollo Regional	Base de datos de empresas	Se demostró no solo cómo la innovación impacta en el lanzamiento de nuevas empresas,	Su infraestructura de datos por áreas requiere cada país, lo que significa que las conclusiones alcanzadas para las investigaciones futuras hacer más productivo deberían realizar este análisis el capital privado con nivel nacional y no agrupar la correspondiente a los países para verificar
36	Matei, S. & Lupu, B.	Instituto Internacional de Ciencias Sociales y Económicas	2020	2020	Innovación disruptiva, emprendimiento, novedad, enfoques emprendedores	Base de datos de empresas romanas	Una estrategia de innovación en las empresas es un elemento común a todos los procesos de innovación.	Empresas que rompen las reglas del negocio emprenden nuevas formas de promover el nuevo método requiere, en primer lugar, un proceso de distribución, en el conocimiento más preciso de proceso de venta, un las mismas, para determinar nuevo método de estas reglas podría fabricarse, evitación de violarse y en qué condiciones. total de intermediarios de distribución.
37	Ghezzi, A & Cavallo, C	Lean Startup Approaches	2017	2017	El objetivo de desarrollar y hacer crecer un "ecosistema de innovación" capaz de celebrar	El significado de innovación y la relevancia de los empleados que describe acciones y formas de realizar tareas, fomentando ideas empresariales	Se plantea como el liderazgo en innovación es necesario para evitar los conflictos de las organizaciones, mientras que el liderazgo empresarial	El liderazgo en innovación es necesario para evitar los conflictos de las organizaciones, mientras que el liderazgo empresarial
38	D'Atto, I., & M.	Industrial Marketing Management	2020	2020	Innovación de marketing	Estadísticos de tipo de proyecto de innovación de muestra de 6248	Los estudios futuros exploran los determinantes de innovación de fracaso de un proyecto tecnológicamente	Este estudio tiene como prioridad abordar la brecha de conocimiento en el papel de la innovación de marketing en la relación entre innovación de fracaso de un proyecto tecnológicamente

45	Flowers S & Meyer M Journal of Business Research 2019	Flowe S & Meyer M Qualitative Research Methods 2019	Conocimiento de usuarios Redes emprendedoras	Se estimó que había más de 4,15 millones de usuarios de Internet en todo el mundo, con alrededor del 90% de la población de los países desarrollados normalmente	Ampliar la noción de desbordamiento e incluir el despliegue de los recursos de conocimiento de los usuarios dentro de los procesos de innovación de las empresas.	Con el fin de proporcionar una nueva perspectiva sobre la forma en que los actores comerciales buscan de innovación, su dinámica interna y cómo
46	Hemphill, T. A. Technology in Society 2020	Hemphill, T. A. Technology in Society 2020	Principio de precaución Reglamento de innovación responsable	Es una herramienta ideassin permisos de establecer grupos de datos cualitativos.	Resume los hallazgos del documento y ofrece información sobre dónde se encuentran relaciones comunes para una mayor convergencia posible entre enfoques de gobernanza de la innovación (innovación responsable e innovación	El enfoque de ciudadanía brechacorporativa reconoce las limitaciones internas de los recursos /los recursos de políticasenfocando en lo que
47	Bilgram, V., & Marchuk, A. Forensic & Social 2017	Bilgram, V., & Marchuk, A. Forensic & Social 2017	Recaudación de fondos Crowdsourcing enPlataforma crowdfunding Emprendimiento Comunitades	Innovación del usuarioEn las comunidades ser de manerasnecesidades personales comoprincipales detonantes para iniciar retroalimentación dentro de una muestra más grande	En los casos seleccionados, los ser de manerasnecesidades personales comoprincipales detonantes para iniciar retroalimentación respectivo proceso de innovación dentro de una muestra más grande	Las Con más detalle, también la recomendación valdría la pena investigar los señalaron que existen diferencias culturales con respecto a se convierten en roles de usuario emprendedores. nivel personal, los futuros
48	Grimaldi, M., & Cirulli, L. Marketing & Management 2020	Grimaldi, M., & Cirulli, L. Marketing & Management 2020	Las hipótesis de este estudio, realizamos un análisis cuantitativo	Muestra que el primer factor representa el 14% de la varianza, frente al umbral de 50% que señalaría la presencia del problema.	Encontramos que la amplitud de las colaboraciones interorganizaciones de la asociación con una menor probabilidad de abandono de la innovación	Este artículo integra la literatura que posible que los resultados se recomendando a los gerentes que colaboren con contexto del estudio. Por una red diversa tanto, se alienta la de socios. investigación futura estudiados se asocia con una
49	Karlsson, C., Rickards, J., & Wincent, J. Business Economics 2019	Karlsson, C., Rickards, J., & Wincent, J. Business Economics 2019	Economía de diversidad Innovación regional	Una relación positiva y clara que se pueden modificar a pruebas de desempeño. Sin embargo, la discusión sobre si son externalizables o nocientíficos genera la mayor proporción a los responsables de la intrínsecas	Se identifica una serie de mecanismos y claros que se pueden modificar a pruebas de desempeño. Sin embargo, la discusión sobre si son externalizables o nocientíficos genera la mayor proporción a los responsables de la intrínsecas	Muchas regiones no se caracterizan por la capacidad de aprovechar las inversiones en ideas y conocimientos, sino que padecen una escasez de
50	Migliori, S., De Massis, A., Maturò, F., & Paolone, E. Journal of Business Research 2020	Migliori, S., De Massis, A., Maturò, F., & Paolone, E. Journal of Business Research 2020	Negocio Empresas Manejo de la información YInnovación	El conjunto de empresas familiares contiene información cualitativa cuantitativa	En conclusión, nuestro estudio ofrece argumentos teóricos y soporte empírico de cómo los diferentes impulsos de innovación influyen en la propensión a invertir en innovación de las empresas familiares, del camino para futuras investigaciones sobre este interesante tema	Este estudio proporciona la orientación a los gerentes delo como sugerir la necesidad de examinar hasta qué punto pueden afectar la innovación de TPInnovación en las laempresas familiares.